

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЯЗЫКОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Материалы XVII Международной
научно-методической конференции



Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уфимский университет науки и технологий»

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЯЗЫКОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
XVII Международная научно-методическая конференция

THEORY AND PRACTICE OF LANGUAGE COMMUNICATION
The XVII International Science and Methodology Conference

THEORIE UND PRAXIS DER SPRACHKOMMUNIKATION
XVII. Internationale wissenschaftlich-didaktische Konferenz

THÉORIE ET PRATIQUE DE LA COMMUNICATION DE LANGAGE
La XVII-ème Conférence scientifique internationale sur la méthodologie

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА НА ЕЗИКОВАТА КОМУНИКАЦИЯ
XVII Международна научно-методическа конференция

Научное электронное издание сетевого доступа

Уфа
Уфимский университет
2025

УДК 81
ББК 81
Т33

*Публикуется по решению кафедры инновационных технологий языковой коммуникации УУНиТ.
Протокол № 1 от 29.08.2025 г.*

Редакционная коллегия:

д-р филол. наук, профессор, зав. кафедрой инновационных технологий языковой коммуникации (ИНТЕХЯЗ) **Т.М. Рогожникова** (отв. редактор);

канд. филол. наук, доцент кафедры ИНТЕХЯЗ **И.В. Богословская**;

канд. филол. наук, доцент кафедры ИНТЕХЯЗ **А.И. Навалихина**;

канд. филол. наук, доцент кафедры ИНТЕХЯЗ **Р.В. Яковлева**;

ст. преподаватель кафедры ИНТЕХЯЗ **А.А. Мельникова**;

ст. преподаватель кафедры ИНТЕХЯЗ **Д.И. Ахметова**;

канд. филол. наук, доцент кафедры ИНТЕХЯЗ **Р.А. Даминова**

Теория и практика языковой коммуникации: материалы XVII Международной научно-методической конференции (г. Уфа, 18–19 июня 2025 г.) / отв. ред. Т.М. Рогожникова [Электронный ресурс] / Уфимск. ун-т науки и технологий. – Уфа: Уфимский университет, 2025. – 197 с. – URL: <https://uust.ru/media/documents/digital-publications/2025/156.pdf> – Загл. с титула экрана.

ISBN 978-5-7477-6147-6

Обсуждаются современные технологии изучения суггестивного потенциала текста, технологии речевого синтеза как инструмента исследования процессов понимания дискурса. Рассматриваются проблемы современной фразеологии в различных языках, вопросы дешифровки надписей на языках античного Средиземноморья, проблемы интерпретации и анализа текста, использования информационных технологий в процессе обучения иностранным языкам. Авторы анализируют особенности современной рекламы, вопросы эмоциональной оценки вербальных моделей, специфику формирования коммуникативных навыков и компетенций студентов различных технических специальностей.

Предназначено для специалистов в области языкоznания, психолингвистики, медийной коммуникации.

УДК 81
ББК 81

ISBN 978-5-7477-6147-6

© Уфимский университет, 2025



Дорогие коллеги!

Коллектив кафедры инновационных технологий языковой коммуникации Уфимского университета науки и технологий приветствует вас и сердечно поздравляет с проведением XVII Международной научно-методической конференции, посвященной актуальным вопросам современного языкознания.

Дорогие друзья, мы рады вновь приветствовать вас на нашей ежегодной Международной научно-методической конференции, которая в семнадцатый раз открывает свои двери всем, кто любит науку, кто открыт для сотрудничества и готов делиться своими достижениями и исследовательскими результатами.

Уфимская конференция, которая сплотила учёных разных стран, республик и городов, – яркий пример решимости изменить мир к лучшему, реализовать творческий потенциал и ресурсы человеческого интеллекта. В этом году наш форум собрал исследователей России, Болгарии, Китая, Татарстана. Мы приветствуем друзей из городов Шумен, Чжэцзян, Уфа, Казань, Брянск.

Оргкомитет конференции выражает особую благодарность нашим авторам из Болгарии за их активное участие в научной работе. С 2021 года болгарский язык стал рабочим языком конференции наряду с русским, английским, немецким и французским языками.

Наша ежегодная конференция подтверждает способность наших авторов сохранять академические традиции и систему ценностных координат, что находит безусловный положительный отклик в нашем коллективе. Помимо серьезных прикладных задач, в наших научных планах обозначены исследования в самых разных областях филологической науки. В современных условиях особую роль приобретают задачи моделирования процессов семантического развития с применением современных математических методов и вычислительной техники.

Дорогие друзья, желаю всем участникам конференции продуктивной работы, интересных дискуссий, и выработки новых ориентиров для научных исследований.

Позвольте пожелать всем вам открытий, которые станут источником вдохновения! Пусть конференция помогает молодым и начинающим исследователям! Пусть наши авторитетные авторы испытывают радость от признания их безусловных заслуг!

Татьяна Рогожникова

Dear Colleagues!

The staff of the Language and Communication Advanced Technology Department of Ufa University of Science and Technology welcomes and cordially congratulates you on the participation in the XVII International scientific and methodological conference devoted to the current issues of modern linguistics.

Dear friends, we are glad to welcome you at our annual International scientific and methodological conference. This is the seventeenth time we have opened doors for everyone who loves science, ready to collaborate, and share their knowledge and scientific results.

Ufa Conference that has brought together scientists from various countries, republics, and cities is a vivid example of willingness to change the world for the better and realize creative potential and resources of human intelligence. Scientists from Russia, Bulgaria, China, and Tatarstan take part in our forum this year. We welcome our friends from the cities of Shumen, Zhejiang, Ufa, Kazan, Bryansk.

The organizational committee gives very special thanks to the authors from Bulgaria who take active part in the scientific work. Since 2021, the Bulgarian language has become a working language of the conference along with Russian, English, German, and French.

This annual conference confirms the ability of our authors to keep academic traditions and systems of values that our staff really appreciate so much. Besides thorough applied tasks, our scientific plans include investigations in the most diverse fields of philologic science. Semantic development processes modelling by means of modern Math methods and computing facilities prove to be so relevant in modern conditions.

Dear friends! Let me wish all the participants of the conference to have productive work and interesting discussions and to find new aims for scientific research.

May your discoveries become the sources of inspiration! Let the conference help young and novice scientists! Let our reputable authors feel joy when their undoubted merits are recognized!

Tatiana Rogozhnikova

Chers collègues!

L'équipe du département des technologies innovantes de la communication linguistique de l'Université des sciences et technologies d'Oufa vous salue et vous félicite cordialement pour la tenue de XVII Conférence scientifique et méthodologique internationale consacrée aux questions actuelles de la linguistique moderne.

Chers amis, nous sommes heureux de vous accueillir de nouveau à notre conférence scientifique et méthodologique internationale annuelle qui ouvre ses portes pour la dix-septième fois à tous ceux qui aiment la science, qui sont ouverts à la collaboration et sont prêts à partager leurs résultats de recherche.

La conférence d'Oufa qui a réuni des savants de différents pays, républiques et villes est un exemple frappant de détermination à changer le monde pour le mieux, à réaliser le potentiel créatif et les ressources de l'intelligence humaine. Cette année, notre forum a réuni des chercheurs de Russie, de Bulgarie, de Chine et de Tatarstane. Nous saluons nos amis des villes de Shoumen, de Zhejiang, d'Oufa, de Kazan, de Bryansk.

Le Comité d'organisation de la conférence remercie nos auteurs bulgares de leur participation active aux travaux scientifiques. À partir de 2021, le bulgare est devenu la langue de travail de la conférence comme le russe, l'anglais, l'allemand et le français.

Notre conférence annuelle confirme la compétence de nos auteurs à garder les traditions académiques et le système de coordonnées de valeur, ce qui trouve une réponse positive dans notre équipe. En plus des tâches appliquées graves, nos plans scientifiques indiquent la recherche dans les divers domaines de la science philologique. Dans les conditions modernes les défis de modélisation des processus de développement sémantique utilisant des méthodes mathématiques modernes et des techniques informatiques jouent un rôle particulier.

Chers amis, je souhaite à tous les participants de la conférence un travail productif, des discussions intéressantes et l'élaboration de nouvelles orientations pour les recherches scientifiques.

Permettez-moi de vous souhaiter à tous des découvertes qui seront une source d'inspiration! Que la conférence aide les chercheurs jeunes et novices! Que nos auteurs réputés éprouvent la joie de reconnaître leurs mérites!

Tatiana Rogozhnikova

Liebe Kollegen und Kolleginnen!

Das Kollektiv des Lehrstuhls für Innovationstechnologien der Sprachkommunikation der Universität für Wissenschaft und Technologien Ufa begrüßt Sie und gratuliert Ihnen herzlich zur Durchführung der XVII. Internationalen wissenschaftlich-methodisch-didaktischen Konferenz, die den aktuellen Fragen der modernen Sprachwissenschaft gewidmet ist.

Liebe Freunde, wir freuen uns, Sie wieder zu unserer jährlichen Internationalen Wissenschafts- und Methodenkonferenz begrüßen zu dürfen, die zum siebzehnten Mal ihre Türen für alle öffnet, die die Wissenschaft gernhaben, offen für Zusammenarbeit sind und bereit sind, ihre Errungenschaften und Forschungsergebnisse zu teilen.

Die Ufa-Konferenz, die Wissenschaftler aus verschiedenen Ländern, Republiken und Städten zusammenbrachte, ist ein anschauliches Beispiel für die Entschlossenheit, die Welt zum Besseren zu verändern und das kreative Potenzial und die Ressourcen des menschlichen Intellekts zu nutzen. In diesem Jahr brachte unser Forum Forscher aus Russland, Bulgarien, China und Tatarstan zusammen. Wir begrüßen Freunde aus den Städten Schumen, Zhejiang, Ufa, Kasan und Brjansk.

Das Organisationskomitee der Konferenz möchte unseren Autoren aus Bulgarien für ihre aktive Teilnahme an der wissenschaftlichen Arbeit besonders danken. Seit 2021 ist Bulgarisch neben Russisch, Englisch, Deutsch und Französisch die Arbeitssprache der Konferenz.

Unsere jährliche Konferenz bestätigt die Fähigkeit unserer Autoren, akademische Traditionen und ein Wertesystem zu bewahren, was in unserem Team auf uneingeschränkte positive Resonanz stößt. Unsere wissenschaftlichen Pläne umfassen neben ernsthaften angewandten Aufgaben auch Forschung in den unterschiedlichsten Bereichen der philologischen Wissenschaft. Unter modernen Bedingungen kommt den Aufgaben der Modellierung semantischer Entwicklungsprozesse mit modernen mathematischen Methoden und Computertechnologie eine besondere Rolle zu.

Liebe Freunde und Freundinnen, ich wünsche allen Konferenzteilnehmern eine produktive Arbeit, interessante Diskussionen und die Entwicklung neuer Leitlinien für die wissenschaftliche Forschung.

Ich wünsche Ihnen allen inspirierenden Entdeckungen! Möge die Konferenz jungen und angehenden Forschern helfen! Mögen unsere renommierten Autoren die Freude über die Anerkennung ihrer bedingungslosen Verdienste erleben!

Tatiana Rogoshnikova

Сърни колеги!

Колективът на Катедрата по иновационни технологии в езиковата комуникация при Уфимския университет за наука и технологии Ви приветства и сърдечно Ви поздравява с провеждането на ХVII-та Международна научно-методическа конференция, посветена на актуални въпроси на съвременното езицознание.

Сърни приятели, радваме се отново да Ви приветстваме на нашата ежегодна Международна научно-методическа конференция, която за седемнадесети път отваря своите врати за всеки, който обича науката, който е отворен за сътрудничество и е готов да сподели своите достижения и изследователски резултати.

Уфимската конференция, която сплоти учени от различни страни, републики и градове, е ярък пример за решимостта да се измени светът към по-добро, да се реализира творческият потенциал и ресурсите на човешкия интелект. Тази година нашият форум събра изследователи от Русия, България, Китай, Татарстан. Приветстваме приятели от градовете Шумен, Джъдзян, Уфа, Казан, Брянск.

Организационният комитет на конференцията изразява особена благодарност на нашите автори от България за тяхното активно участие в научната работа. От 2021 година българският език стана работен език на конференцията наред с руския, английския, немския и френския език.

Нашата ежегодна конференция потвърждава способността на нашите автори да съхраняват академичните традиции и системата от ценности координати, което среща безусловен положителен отзвук в нашия колектив. В допълнение към сериозните приложни задачи, нашите научни планове включват изследвания в широк спектър от области на филологичната наука. В съвременните условия особена роля придобиват задачите за моделиране на процесите на семантично развитие с помощта на съвременни математически методи и компютърни технологии.

Сърни приятели, желаю на всички участници в конференцията продуктивна работа, интересни дискусии, и разработване на нови направления за научни изследвания.

Позволете ми да пожелаю на всички Вас открытия, които да станат източник за вдъхновение! Нека конференцията помогне на младите и начинаещи изследователи! Нека нашите авторитетни автори изпитат радостта от признанието на своите безусловни заслуги!

Патрияна Рогожникова

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----|
| <i>Андианова Ю. Г.</i> Формирование лексикологической компетенции студентов неязыкового вуза как средство повышения качества общекоммуникативных компетенций..... | 10 |
| <i>Ахметова Д. И.</i> Языковая личность ведущего программы о рыбалке Эдуарда Лобанова..... | 15 |
| <i>Бикулова Г. Р.</i> Подкасты как метод погружения в иноязычную среду..... | 20 |
| <i>Вильданова Г. А.</i> Аксиогенный потенциал прецедентных имен в политическом дискурсе..... | 27 |
| <i>Габдуллина В. Р.</i> Анализ динамики развития значения слова..... | 32 |
| <i>Ганиева Э. Ш.</i> На пути к актуальному образованию: вызовы и возможности технологий искусственного интеллекта в деятельности преподавателя иностранного языка | 39 |
| <i>Даминова Р. А.</i> Фонетическая значимость в изучении суггестивных возможностей вербальных моделей | 45 |
| <i>Ефименко Н. В., Ефименко В. В.</i> Ассоциативная цветность как отражение содержательности языковой формы на фонетическом уровне | 53 |
| <i>Закорко С. В.</i> Навыки публичного выступления как необходимый компонент профессионального имиджа | 62 |
| <i>Илиязова А. Р.</i> Проблема имплицитного отрицания и его отражение в немецкой и болгарской фразеологии..... | 66 |
| <i>Исмагилова Н. В.</i> Проблема совершенствования преподавания латинского языка в системе современного гуманитарного образования..... | 74 |
| <i>Кожевникова Р. Р.</i> Влияние интернета на русский язык и культуру речи..... | 80 |
| <i>Корнишина В. С.</i> Влияние контекста на восприятие рекламы автомобилей: результаты экспериментального исследования (рассмотрение роли контекста в интерпретации рекламных сообщений)..... | 84 |
| <i>Латыпов Ф. Р.</i> Термины, связанные с судовождением и торговлей, в письменном наследии минойцев..... | 91 |
| <i>Мельникова А. С., Ишбердина М. Ф.</i> Технология написания академического эссе..... | 98 |
| <i>Мухтарова Д. Р., Ефимова М. В.</i> Кожно-гальваническая реакция индивида как показатель отличительных гендерных характеристик испытуемых (на материале терминов интернета и теории музыки)..... | 106 |
| <i>Никитина Э. Г.</i> Методика обучения английскому языку на основе задач: теория и практика..... | 114 |
| <i>Рогожникова Т. М.</i> Ассоциативная цветность текста и ритмические паттерны мозга..... | 120 |
| <i>Рыбка И. Н.</i> Применение стратегий компьютерных приложений для изучения лексики на занятиях по иностранному языку в техническом вузе..... | 131 |

| | |
|---|-----|
| <i>Тодорова Т. В.</i> За някои лексикални особености на рекламирания дискурс..... | 136 |
| <i>Шиярова А. А., Кирсанова И. В.</i> Синтез речи – новый этап в исследовании ее восприятия и понимания..... | 143 |
| <i>Шпар Е. В.</i> Карикатуры как средство формирования иноязычной коллокационной компетенции студентов неязыковых вузов | 151 |
| <i>Ягунина И. В.</i> Эмоциональность политического лозунга | 161 |
| <i>Яковлева Р. В., Кишалова Л. В.</i> Искусственный интеллект в сфере деловых коммуникаций..... | 168 |
| <i>Chen F.</i> Linguistische Komplexität im Vergleich: ChatGPT generierte deutschtexte vs. texte von Muttersprachlern..... | 179 |
| <i>Liu Yu.</i> Identitätsfragen aus der perspektive der interkulturellen Kommunikation (am Beispiel der schwarzen Shirley im Film Green Book) | 186 |
| <i>Mursalimova Yu. R.</i> The comparative analysis of natural and programming languages..... | 192 |

Андианова Юлия Геннадиевна

Доцент,

Уфимский государственный нефтяной технический университет,

Кафедра иностранных языков

e-mail: yuliya-andrianov@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ЛЕКСИКОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБЩЕКОММУНИКАТИВНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

Аннотация

Данная статья посвящена изучению практики формирования общекоммуникативных компетенций учащихся неязыкового вуза на занятиях по иностранному языку посредством использования приёмов углублённого изучения лексических единиц иностранного языка. В статье рассматриваются наиболее эффективные приёмы изучения лексики через изучение таких явлений, как синонимия, антонимия, контекстные употребления лексических единиц и т.д., даётся анализ существующих учебных и методических пособий в данном контексте, предлагаются несколько способов повышения заинтересованности студентов в изучении данного аспекта языка и описываются результаты использования данного метода.

Ключевые слова: общекоммуникативные компетенции, лексикологические компетенции, синонимия, антонимия, контекстуальное значение слова, коннотативное значение слова, контекст, дискурс.

В настоящее время основной целью обучения иностранному языку в высших учебных заведениях является формирование навыков активной и адекватной коммуникации как в устной, так и в письменной формах [3, 6]. Много внимания на занятиях уделяется изучению правильного построения и контекстного употребления грамматических конструкций [1], изучению лингвокультурного, социального аспектов коммуникации на иностранном языке [2], но, как представляется, не менее значимым для обеспечения продуктивного коммуникативного процесса является владение студентами лексической базой иностранного языка с полным пониманием особенностей значения употребляемых единиц, включая контекстуальные значения, коннотации, синонимию и т.д. Опыту формирования навыка владения смысловой структурой слова в процессе коммуникации посвящена данная работа.

Следует отметить, что в современных учебниках и пособиях не всегда уделяется достаточное внимание упражнениям и заданиям подобного характера. В большинстве случаев предлагаемые учащимся упражнения направлены на активацию вводимых в разделах лексических единиц, без попыток расширения их словарного запаса за счёт работы со словарями по поиску

синонимов/антонимов, выражений со специфическими контекстными и коннотативными значениями и т.д. Кроме того, следует отметить недостаточную мотивацию студентов к изучению данного аспекта иностранного языка, за исключением изучения терминов. Таким образом, работа по формированию у студентов лексикологических навыков при изучении иностранного языка требует дополнительной мотивации.

Средствами повышения мотивации к изучению лексикологических аспектов языка могут являться: осознание корреляции между речевым разнообразием и адекватностью устной и письменной речи и монетизированным результатом трудовой деятельности (наилучшие и более быстрые результаты применения данного подхода наблюдаются при работе со студентами направлений PR и магистратуры экономических направлений); формирование общего интереса к языку, повышение самооценки, связанной с продуцированием обучающимися более разнообразной речи, вызывающей интерес у аудитории при устной коммуникации и приводящей к лучшей коммуникации в письменной форме. Последний подход требует больших временных затрат и, в основном, подходит для работы со студентами направлений бакалавриата, специалитета и магистратуры технических специальностей.

Как уже было сказано выше, в современных учебниках и пособиях крайне мало заданий, рассчитанных на работу со словом именно в контексте смысловой структуры его значения. Среди учебных материалов, обеспечивающих решение задачи расширения лексикологического кругозора учащихся, выделяются следующие учебники и пособия: «Welcome to the World of PR» (Е. В. Захарова, Л. В. Ульянищева) [4], «English Explorer» (И. А. Шерсткова, Д. Г. Халикова, Н. А. Зиятдинова, Е. В. Лопатина, Г. Н. Хильшер, В.В. Соколова и Л. М. Яхнбаева) [5], «Academic Writing for Graduate Students» (John M. Swales, Cristine B. Feak) [8], «Academic Writing: a Handbook for International Students» (Stephen Bailey) [9].

Данные пособия различаются по общему контенту и структуре предлагаемых в них заданий. Так, учебно-методическое пособие “English Explorer”, ориентированное, в основном, на студентов технических вузов с уровнем владения иностранным языком от Intermediate до Upper Intermediate, предлагает набор заданий на правильное построение слов-дериватов, определение их частеречной принадлежности и выявление значения терминов. Глубинная семантика некоторых слов и конструкций, понимание которой не только во многом облегчает их правильное восприятие и запоминание, но и обеспечивает корректность употребления, в данных упражнениях не рассматривается. Кроме того, следует отметить, что жёсткая «привязка» набора изучаемых лексических единиц к тематике разделов не позволяет в достаточной мере расширить словарный запас студентов. Впрочем, здесь появляется место для творческой работы преподавателя по модернизации заданий.

Наиболее интересными с точки зрения развития лексикологических компетенций учащихся являются задания, представленные в учебнике «Welcome to the World of PR». Они содержат задания на поиск синонимов и антонимов как

к словам-терминам, так и к словам и словосочетаниям с более широкой семантикой. Кроме того, в данном учебнике присутствуют задания на определение дискурсного употребления слов и выражений. Наряду с заданиями-упражнениями (подстановочными, заданиями на работу со словарём и заданиями на перевод), студентам предлагаются творческие задания на составление собственных текстов, в которых контекстное/коннотативное значение слова получило бы наибольшую реализацию.

Оба учебных пособия «Academic Writing» позволяют достаточно детально изучить стилистические особенности употребления лексических единиц, знакомят студентов с различными видами дискурса (научным, деловым, научно-популярным и публицистическим), позволяя учащимся создавать собственные тексты разных типов дискурса, что обеспечивает понимание практического функционирования лексических единиц в различных контекстах. Однако особенности синонимии слов (полная, частичная и т.д.) не рассматриваются в них, хотя, как представляется, с помощью понимания данных особенностей лексики языка можно было бы добиться формирования у студентов большей осознанности употребления лексических единиц в контексте.

Как уже было сказано выше, недостатки рассматриваемых учебных пособий могут быть компенсированы творческим подходом преподавателя к работе с предлагаемым учебным материалом. Здесь возможны два способа его улучшения: 1) перенос упражнений определённого типа, обеспечивающих наилучшую практику изучения лексического материала, на работу с материалами других пособий (в нашем случае это будет материал учебника «Welcome to the World of PR»); 2) создание собственных заданий и упражнений, расширяющих практику изучения лексики в рассматриваемых пособиях.

Что касается первого пути улучшения работы с материалами учебников и пособий, то здесь преподаватель может копировать задания на поиск синонимов/антонимов к предлагаемым словам, изучение правильного контекстного употребления слов и т.д. Однако копируется в данном случае только форма заданий. Их лексическое наполнение – задача преподавателя. Важной составляющей при работе с такого рода упражнениями является правильно организованная преподавателем дискуссия об особенностях лексических значений слов, наличии полной/неполной/контекстной синонимии и антонимии и т.д. Поскольку, хотя учебник «Welcome to the World of PR» и предлагает задания на поиск синонимов и антонимов к словам, однако особенности значения лексических единиц в нём практически не обсуждаются. Некоторые аспекты данной темы даются в текстах учебника, но лишь частично и только в связи со спецификой PR.

При работе с лексикой, данной в учебнике «English Explorer», наряду с изучением контекстного употребления лексических единиц, следует уделить внимание их семантике и этимологии, в частности, изучению терминов-зоонимов [7].

Следуя второму пути улучшения заданий на изучение лексики, преподаватель может применить игровой метод работы с лексическим

материалом: задания на поиск лишнего слова в группе слов, предлагаемых для употребления в контексте, представленные как соревнование между группами студентов, а также задания на классификацию лексических единиц по типам контекстного употребления, являющиеся частью индивидуального соревнования между студентами. Такие задания значительно повышают заинтересованность учащихся в работе с лексическим материалом на занятии, что проявляется в их активности.

Повышению заинтересованности студентов в изучении языка способствует также раскрытие некоторых «смысовых тайн» работы с лексическим материалом на занятии. В частности, понимание студентами их приближения к изучению достаточно сложных областей лингвистики, таких как полевая структура значения слова, приводит к осознанию ими сложности и интердисциплинарности изучения языка и вызывает у них две достаточно яркие эмоции: удивление и гордость. Появление таких эмоций также можно отнести к факторам, вызывающим интерес учащихся неязыковых вузов как к изучению иностранного языка, так и лингвистики.

Используемые методы работы привели к интересным результатам. Их можно разделить на практически-прикладные и эмоционально-мотивационные. Среди практически-прикладных результатов можно отметить активизацию внимания студентов к слову, его значению и осознанность его применения в устной и письменной речи, что отразилось в повышении рейтинга письменных работ и устных сообщений у студентов специальности PR, работающих на фрилансе в разных PR-компаниях и СМИ. Тот же эффект был отмечен у студентов магистратуры при написании статей на русском и английском языках и выступлениях с презентациями на конференциях различного уровня.

Кроме того, студенты стали проявлять больше внимания к анализу воспринимаемого текста. Они начинают «вылавливать» на пространстве текста смысловые «ляпы» и структуры, затрудняющие понимание сообщения. Наряду с этим они учатся отслеживать уместность употребления лексики в разных контекстах. В некоторых группах появилось что-то наподобие соревнования по поиску таких неверных словоупотреблений. Это повышает мотивацию студентов к изучению языка, формирует их культуру речи и общую коммуникативную осознанность.

Одновременно проявился и более интересный эмоционально-мотивационный результат. С удивлением узнав, что часть учебного времени была посвящена таким сложным областям лингвистики, как полевая структура значения слова, дискурс и т.д., часть обучающихся заинтересовалась этими явлениями всерьёз. Студенты просили порекомендовать им литературу по этим темам, подходили с вопросами. Таким образом, налицо проявление повышенного интереса к сложным научным исследованиям и желание изучить новые аспекты науки, не связанные с получаемой профессией.

На основании вышесказанного можно сделать вывод о том, что освоение лексикологической компетенции учащихся – достаточно эффективный способ повышения их общей коммуникативной компетенции, формирования

позитивного отношения к изучению языка и увеличения общего кругозора за счёт изучения новых дисциплин.

Разумеется, данный материал раскрывает лишь часть из имеющихся практик в данной области, и вполне возможно предположить существование других эффективных методов, но перспективность и полезность применения данного подхода в изучении иностранного языка трудно переоценить.

Библиографический список

1. *Андранинова Ю. Г.* Методические приёмы обеспечения интериоризации грамматической системы иностранного языка на занятиях в техническом ВУЗе // Межкультурная коммуникация в образовательном пространстве: материалы Международной научно-практической конференции / под ред. А. В. Медведевой. – Уфа: Изд-во УГНТУ, 2020. – 150 с.
2. *Виноградова О. С.* Формирование иноязычной коммуникативной компетенции с использованием проблемных методов обучения ИЯ на продвинутом этапе специализированного вуза (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. – М., 2003. – 24 с.
3. *Горбина М. А.* Иностранный язык как составляющий фактор конкурентоспособности современного специалиста // Молодой учёный. – 2016. – № 10 (114): 1202–1204.
4. *Захарова Е. В., Ульянищева Л. В.* Welcome to the World of PR: учебное пособие. – М.: Изд-во «Омега-Л», 2010. – 105 с.
5. *Зиятдинова Н. А., Лопатина Е. В., Соколова В. В., Халикова Д. Г., Хильшер Г. Н., Шерсткова И. А., Яхаббаева Л. М.* English Explorer (Исследователь английского). – Уфа: Изд-во УГНТУ, 2017. – 437 с.
6. Модернизация высшей школы: обеспечение качества профессионального образования: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Ч. 2. – Барнаул: Изд-во ААЭП, 2004.
7. *Лопатина Е. В.* Научно-технические термины с бионимическими компонентами в английском и русском языке: монография. – Saint Louis, MO, USA: Publishing House Science and Innovation Center, 2014. – 268 с.
8. *Swales J. M., Cristine B.* Feak Academic Writing for Graduate Students Essential Tasks and Skills (the 3-edition). – Michigan ELT, 2012. – 430 p.
9. *Bailey S.* Academic Writing: a Handbook for International Students. – London and New York: Routledge, Taylor and Francis Group, 2011. – 314 p.

© Андрианова Ю.Г., 2025

Andrianova Yuliya Gennadiyevna
Associate professor
Ufa State Petroleum Technological University
Department of Foreign Languages
e-mail: yuliya-andrianov@mail.ru

FORMATION OF LEXICOLOGICAL COMPETENCE OF STUDENTS OF A NON-LINGUISTIC UNIVERSITY AS A MEANS OF IMPROVING THE QUALITY OF GENERAL COMMUNICATION COMPETENCES

Abstract

This article is devoted to the study of the practice of developing general communicative competencies of students of a non-linguistic university in foreign language classes through the use of methods of in-depth study of lexical units of a foreign language. The article examines the most effective methods of studying vocabulary through the study of such phenomena as synonymy, antonymy, contextual use of lexical units, etc. It also provides an analysis of existing teaching and methodological manuals in this context, offers several ways to increase students' interest in studying this aspect of the language and describes the results of using this method.

Key words: general communicative competencies, lexicological competencies, synonymy, antonymy, contextual meaning of a word, connotative meaning of a word, context, discourse.

УДК 81

Ахметова Долорес Илевна
Старший преподаватель
Уфимский университет науки и технологий,
Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации
e-mail: doloresA@yandex.ru

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ВЕДУЩЕГО ПРОГРАММЫ О РЫБАЛКЕ ЭДУАРДА ЛОБАНОВА

Аннотация

Данная статья посвящена изучению языковой личности ведущего программы о рыбалке «Малые реки Черноземья» – Эдуарда Лобанова. В работе проведен анализ языковых приёмов, которыми пользуется ведущий для привлечения и удержания внимания аудитории. В статье приводятся выдержки из комментариев, где используются риторические вопросы, пословицы, поговорки, метафоры и антропоморфизмы. В заключение автор даёт характеристику языковой личности одного из самых популярных ведущих программ о рыбалке Э. Лобанова.

Ключевые слова: рыбалка, языковая личность, языковые приёмы, телепередача, метафора.

Современное телевидение охватывает значительную часть населения, предлагая широкий выбор развлекательных и познавательных программ. В каждом шоу или телепроекте есть свои ведущие. Их популярность порой выше, чем у именитых певцов или актёров кино. В зависимости от контента на шоу часто приглашается публика, которая становится полноправным соведущим программы, захватывая своим непосредственным и иногда непредсказуемым поведением всё внимание телезрителей. Наряду с популярными развлекательными шоу существует ряд телепередач, где действие развивается медленно или останавливается на какое-то время совсем. Здесь мастерство ведущего заключается в том, чтобы не только привлечь, но и удержать внимание своего зрителя на всё время эфира. В данной статье проводится анализ особенностей речи ведущего программы о рыбалке «Малые реки Черноземья» Эдуарда Лобанова, даётся характеристика его языковой личности.

Житель Тамбовской глубинки рыболов-любитель из Пичаевского района – Эдуард Лобанов – уже несколько лет ведёт одну из самых рейтинговых программ о рыбалке «Малые реки Черноземья». Карьера ведущего началась в 2014 году. Аудитория программы широкая: передачей интересуются и представители сильного пола, и прекрасные дамы, и дети. Как признается автор программы, он не может пересматривать первые сезоны из-за своего непрофессионализма в качестве ведущего. Сейчас к каждой новой съёмке Э. Лобанов подходит как опытный автор: заранее исследует новую локацию, беседует с местными рыбаками, детально прорабатывает сюжет программы, чтобы удивить и увлечь своего зрителя [3]. Для этого он использует широкий спектр языковых приёмов: риторические вопросы, метафоры, поговорки, пословицы, крылатые фразы и т.д.

Меняя локации, Э. Лобанов исследует различные водоёмы, давая подробное географическое описание новой местности, краткую историческую справку, а также объясняет этимологию некоторых географических названий, например: «Река Карай… Существует две версии названия этой реки. В переводе с тюркского название *карай* – это чёрный. … Чёрный – это земля черная, чернозём, по которой протекает именно эта река. Отсюда такое название. Это первая версия. И в переводе с татарского, *кара* – это смотреть, наблюдать, видеть. В истоках Каая самая высокая точка, т. е. господствующая высота. Вот именно оттуда, есть такая версия, проводили наблюдения, смотрели за передвижением врага, за нашествием, чтобы вовремя подать сигнал» [8].

Следующий пример объяснения названия реки Савала опирается на местный фольклор народностей, населяющих современную Тамбовскую область: «Когда-то, давным-давно, дочь военачальника татаро-монгольского войска во время нашествия ига на наши земли, влюбилась в русского парня и даже хотела выйти за него замуж. Она об этом рассказала своему отцу. Отец был категорически против и отдал приказ войску срочно уходить с этих мест. Любовь – сильная штука. Девушка, не выдержав разлуки с парнем, бросилась с высокого обрыва в реку. И звали её Савала» [9].

Оставаясь наедине с природой, Э. Лобанов часто прибегает к антропоморфизму. Антропоморфизм (французское anthropomorphisme от древнегреческого ἄνθρωπος – «человек», μορφή – «вид, образ, форма») – перенесение человеческого образа и его свойств на неодушевлённые предметы и животных, растения, природные явления, сверхъестественных существ, абстрактные понятия и др. Это мировоззренческая концепция, выраженная номинативными средствами языка, изобразительных искусств и т.п. Согласно этому принципу, неодушевлённые предметы, живые существа и вымышенные сущности, не обладающие человеческой природой, могут наделяться человеческими качествами, физическими и эмоциональными. Рассматриваемые объекты в состоянии, в частности, чувствовать, испытывать переживания и эмоции, разговаривать, мыслить, совершать осмыслиенные человеческие действия [10]:

- «Вот он – господин голавль!» – говорит Э. Лобанов в одной из своих передач, общаясь с рыбой, как с человеком;
- «А вот попался Его Величество Язь!»;
- «Рыба, она ведь тоже неглупая. Реагирует на все шумы. А тем более – первый лёд – это тоже для неё стресс какой-то. Было всё хорошо, всё нормально, она может быть когда-то выпрыгивала из воды, радовалась жизни» [4].

Рыбалка с отцом или дедом всегда была заветным желанием мальчишек и девчонок. Они составляют большую часть зрительской аудитории программ о рыбалке. В этом случае у Э. Лобанова всегда есть в запасе цитаты из детских сказок и мультфильмов. Цитата (от латинского *citare, citatum* — провозглашать, приводить) – дословная выдержка из какого-либо текста [10]:

- «Надо найти «правильный мёд для правильных пчел». И тогда, правильные голавли будут клевать также, как у нас». (Цитата из мультфильма «Винни-Пух и все, все, все»);
- «... щука стояла под кувшинками, ни о чём не думала, в засаде. Тут появилась какая-то добыча первая, блестящая, может быть, скажем, какая-то красноглазка с чешуёй, «как жар горя...». (Цитата из сказки А.С. Пушкина «Сказка о царе Салтане») [5];
- «Это такая низина, которая тянется поперёк нашей дороги, преградила нам путь. Но есть один способ преодолеть её – с разгона и рисковать. ... Ну, а если уж забуксуем, то будет передача о том, как мы вываживали машину из болота. «Ох, нелёгкая это работа из болота тянуть бегемота». (Цитата из стихотворения К. И. Чуковского «Телефон») [6].

Язык как социальное явление очень часто сравнивают с живым организмом, который неразрывно связан со своим народом и его традициями. С каждым витком истории язык становится богаче, отражая всю накопленную мудрость и опыт. Одной из форм выражения оценки и познавательной деятельности человека являются пословицы и поговорки [2]. В отношении использования фонда паремии язык Э. Лобанова богат:

- «А некоторые говорят размер не имеет значения. Еще как имеет, особенно когда ловишь голавля, чем больше воблер, тем больше голавль, это факт. ... Большому куску рот радуется. Такая еще поговорка есть» [3];
- «Здесь мы немножко поймали, но первый блин комом» [4];
- «Есть такая поговорка, например, про июнь: июнь – на рыбу плюнь. Почему они так говорят? Потому что, как правило, люди заметили, что в июне месяце рыба плохо ловится» [5].

Через все передачи проходит образ женщины, как основной метафоры. Метафора (древнегреческое μεταφορά «перенос; переносное значение», от μέτα «над» + φορός «несущий») – слово или выражение, употребляемое в переносном значении, в основе которого лежит сравнение предмета или явления с каким-либо другим на основании их общего признака [10]. В первом выпуске второго сезона Э. Лобанов выходит с опаской на первый лёд со словами: «Первый лёд как первая женщина: и интересно и страшно» [4]. В одной из передач он сравнивает реку с женщиной, говоря, что реку надо читать и изучать как любимую женщину: все её изгибы, перекаты и тихие заводи. Если вы будете внимательны, то она раскроет перед вами все свои секреты. Как-то, изможденный, он подвел итог неудачной ловли, сказав, что рыбалка, как жена – какая тебя окружит заботой и лаской, а какая – вытrepляет все нервы.

Современный технологический прогресс развивается стремительно и проникает во все области нашей жизни так, что невозможно остаться от него в стороне [1]. Появились модернизированные удочки, спиннинги, новые методы рыбалки. Некоторые из этих методов в сути своей являются актами вандализма. Э. Лобанов даёт негативную оценку подобным новшествам. В своих передачах он пропагандирует бережное отношение к природе, её богатствам, обращая наше внимание на её непреходящую красоту. Одну из своих передач он начинает со стихотворения Леонида Филатова:

Ещё вчера как снимок дилетанта
Осенний день расплывчат был и слеп.
А нынче скрупулённо и детально
Его нарисовал внезапный снег [7].

Или:

- «Почему я люблю рыбачить на малых реках? ... Смотрите – природа играет красками. ... Это просто великолепие природы»;
- «Ну вот, в принципе, первая у нас щука по первому льду. Очень красивая, на солнышке блестит вся, переливается. Не так велик размер её, как велика радость от поимки первой щуки на таком прекрасном льду, на такой прекрасной природе» [4];
- «Главное, что у нас в одной руке – приманка, а в другой руке – рыба. Это уже счастье!»

Подводя итог анализу особенностей речи ведущего программы о рыбалке «Малые реки Черноземья» Эдуарда Лобанова, можно сказать, что данные проявления могут характеризовать его как оратора, способного привлечь и удержать внимание своей аудитории. Они указывают на заинтересованность ведущего во взаимодействии со своей аудиторией, его эмоциональную включенность в то, о чем он повествует, высокий уровень логической организации и культуры речи.

Библиографический список

1. Ахметова Д. И. Словесное кодирование мер веса и объема ингредиентов кулинарных рецептов в русском языке на протяжении XIX–XXI вв. Теория и практика языковой коммуникации: материалы XVI Международной научно-методической конференции. – Уфа: УУНиТ, 2024. – С. 30–35.
2. Ахметова Д. И. Пословицы как обобщение мудрости и опыта не одного народа. Теория и практика языковой коммуникации: материалы VIII Международной научно-методической конференции. – Уфа: УГАТУ, 2016. – С. 37–41.
3. Житель Пичаевского района пять лет ведёт передачу на федеральном телеканале. URL: <https://bloknottambov.ru/news/zhitel-pichaevskogo-rayona-ryat-let-vedyet-peredach-1132057?ysclid=mbyzqgqn1i862118855> (дата обращения 16.06.2025).
4. Малые реки Черноземья. Сезон 1. Ловля окуня в октябре. URL: <https://oirtv.ru/videos/malye-reki-chernozemya-sezon-1-lovlya-okunya-v-oktyabre?ysclid=mc1w3pzb9w565289414> (Дата обращения 18.06.2025).
5. Малые реки Черноземья. Сезон 2. Выпуск 1. URL: <https://yandex.ru/video/preview/16162653217287981573> (дата обращения 23.06.2025).
6. Малые реки Черноземья. Сезон 3. Выпуск 1. Ловля рыбы на вертушки. URL: <https://yandex.ru/video/preview/17057846864223486012> (Дата обращения 24.06.2025).
7. Малые реки Черноземья. Сезон 3. Выпуск 2. Рыбалка на реке Савала. URL: <https://ok.ru/video/951043687846> (Дата обращения 24.06.2025).
8. Малые реки Черноземья. Сезон 4. Выпуск 5. URL: <https://yandex.ru/video/preview/18007490512524567359> (Дата обращения 24.06.2025).
9. Малые реки Черноземья. Сезон 4. Выпуск 1. Малые реки Черноземья. Как ловить голавля осенью на воблеры. URL: <https://yandex.ru/video/preview/16703704758974124660> (Дата обращения 18.06.2025).
10. Словарь синонимов русского языка онлайн // sinonim.org/t/антропоморфизм (Дата обращения 03.07.2025).

© Ахметова Д.И., 2025

Akhmetova Dolores Ilevna
Senior Lecturer
Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: DoloresA@yandex.ru

THE LINGUISTIC PERSONALITY OF EDUARD LOBANOV – THE HOST OF A FISHING PROGRAM

Abstract

This article is devoted to the study of the linguistic personality of the host of the fishing program "Small Rivers of Chernozem" with Eduard Lobanov. In the context of ongoing processes, the author analyses the linguistic techniques used by E. Lobanov to attract and retain an audience. The article provides excerpts from his comments with rhetorical questions, proverbs, folk sayings, metaphors and anthropomorphisms. In conclusion, the author gives a description of the linguistic personality of one of the most popular hosts of the fishing programs, E. Lobanov.

Key words: *fishing, linguistic personality, linguistic techniques, TV show, metaphor.*

УДК 81

Бикулова Гузель Рифатовна
Кандидат педагогических наук, доцент
Доцент, Уфимский университет науки и технологий,
Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации
e-mail: bigur@mail.ru

ПОДКАСТЫ КАК МЕТОД ПОГРУЖЕНИЯ В ИНОЯЗЫЧНУЮ СРЕДУ

Аннотация

В данной статье представлен опыт научно-практической работы со студентами разных технических специальностей с использованием метода погружения в атмосферу иностранного языка через работу с подкастами немецкоязычных носителей. Проведена апробация данного метода с целью использования его для подготовки к аудированию – одного из самых трудных видов речевой деятельности.

Ключевые слова: подкаст, аудирование, метод погружения, дидактика, языковые аспекты, виды речевой деятельности, цифровая аудиозапись, видеозапись.

Владение иностранным языком сегодня – это одна из важнейших компетенций специалиста практически любой области. Традиционные способы обучения языку, связанные с заучиванием грамматических правил, больших объемов лексического материала, отработкой их в процессе написания бесконечного количества упражнений, воспринимаются устаревшими, и не вызывают энтузиазма у современных обучающихся.

Мир цифровых технологий, доступный теперь уже с детства позволяет развиваться человеку, быстро выполнять работу, связанную с применением иностранного языка, но некоторые важные знания, умения и навыки по причине постоянного использования, например, функции переводчика формируются в мозгу обучающихся поверхностно или вообще не формируются.

Для лучшего усвоения ИЯ, даже при условии начального уровня владения языком, эффективнее всего погружаться в атмосферу носителей изучаемого языка. При таком погружении мы окунаемся в мир языка: слышим звуки и интонации языка, используемые разными носителями: разного пола, возраста, уровня владения языком, говорящих с акцентом или без него. Впоследствии ученик естественным образом старается в процессе говорения имитировать речь носителей: точнее воспроизводит звуки и интонации.

Метод погружения в атмосферу изучаемого языка традиционно осуществлялся с помощью прослушивания аудио- и видеозаписей, которые были специально сделаны для учебно-методических комплексов, или с помощью просмотра художественных фильмов на языке оригинала. На современном этапе жизни педагогу доступны иные методы тренировки аудирования – это *подкасты*. Причина, по которой мы отдаём предпочтение этому виду записей – живое общение, в отличие от лишенных жизни диалогов и монологов учебного комплекса, общение естественное, на волнующие современных людей темы [3].

Подкаст (podcast) – это цифровая аудио- или видеозапись, сделанная единолично или в tandemе с одним человеком или с группой людей и доступная для прослушивания или просмотра в Интернете. Большинство подкастов имеют продолжительность от 2 до 60 минут, ими можно воспользоваться в любое время, где бы ученик ни находился. Данный контент в виде подкаста даёт возможность языкового погружения, а также социальной адаптации к реалиям страны изучаемого языка, например, позволяет привыкнуть к эмоциональным проявлениям носителей языка в речевом поведении, помогает освоить невербальную коммуникацию, привыкнуть к разным акцентам.

Цель подкаста – информировать, вдохновлять или волновать свою аудиторию, затрагивая злободневные темы. Зачастую авторы материала просят ответную реакцию от слушателей в виде комментариев. При переходе к написанию комментариев происходит тренировка уже активного вида речевой деятельности – письму. Поэтому в данной статье мы рассмотрим подкасты не просто как развлечение, а как материал, с помощью которого мы постараемся научить студента извлекать нужную информацию и использовать её в дальнейшем в быту или в профессиональной жизни.

Для использования подкаста в учебных целях преподавателю необходимо провести предварительно минимальную подготовку: отобрать материал необходимой тематики, сделать словарь к ролику (его объем будет зависеть от уровня владения обучающихся языком), разработать грамматический комментарий – тогда данный материал может быть использован для специальной тренировки и закрепления учебного материала. Данный метод подходит для тех учеников, кто осознанно начинает изучать язык.

Применение подкаста на любом уровне владения ИЯ эффективно, на наш взгляд, по следующим причинам. С *психологической точки зрения* подкаст помогает раскрепоститься, снять напряжение при просушивании речи на иностранном языке: даже если ученик что-то и не понимает, он слышит, как общаются другие, пытается это перенять и применить в соответствующей ситуации. Психологический комфорт – важная составляющая в процессе обучения, поэтому мы полагаем, что метод использования подкастов перспективен.

С *дидактической точки зрения* подкаст можно использовать как тренировочный материал, подбирая темы, уровни сложности, а также тренируя все виды речевой деятельности (аудирование, говорение, письмо, чтение). Следует сказать, что обязательно подготовить методические разработки на материале аудиоролика для тренировки всех видов РД, чтобы студенты поняли, на чем следует сфокусировать своё внимание в процессе просушки подкаста. Рассмотрим примеры работы по развитию всех видов речевой деятельности на занятии, где в качестве инструмента используем подкасты.

В процессе освоения навыков аудирования студенты учатся слушать и слышать речь, произнесённую как носителями изучаемого языка, так и людьми, для которых данный язык не родной. Во время прослушивания материала рекомендуется останавливать время от времени запись, чтобы выяснить, все ли обучающимся ясно в услышанном, есть ли вопросы по содержанию высказывания, его форме. Возможно предложить слушателям самим останавливать процесс в случае непонимания фрагмента текста. Далее необходимо возвратиться к позициям записи, которые непонятны и разобрать их вместе, предлагая студентам перевести то, что они услышали. Речь говорящего может быть с дефектами в произношении или с акцентом, к ним тоже надо «приучать» слуховой аппарат.

Чтение можно осуществить, включив субтитры и переводя печатный текст, если это нужно для лучшего понимания высказывания. Субтитры бывают сразу на нескольких языках (немецком, английском и русском), что очень удобно для билингвов или тех, кто изучает сразу несколько. Это дает нам возможность использовать игровую методику «Переводчики».

Письмо, или письменную речь, можно тренировать, предлагая прокомментировать тему подкаста, тем самым приучая студентов писать собственные короткие и длинные тексты, не прибегая к помощи искусственного интеллекта. Можно придумать краткую переписку в виде чата в группе.

Говорение, или устную речь, можно тренировать, записывая самостоятельно похожий подкаст на заданную тему с целью дальнейшего прослушивания в группе. Аудио-фрагменты учащихся могут быть любой длины (от 2 минут) и могут быть записаны как одним участником, так и в паре с кем-либо или в групповом тандеме с предварительным распределением ролей. Такой вид работы можно использовать в качестве домашнего задания или аттестационной работы.

С методической точки зрения при использовании подкаста формируется коммуникативная компетенция, развиваются рецептивно-продуктивные навыки и умения, связанные с овладением ИЯ, а также формируется возможность эффективнее, более адаптивно, гибче, практичеснее и мобильнее использовать данный подход как метод погружения в атмосферу изучаемого языка:

- **Эффективность метода** выражается в том, что информацию можно дробить на модули и подавать в разных форматах, что облегчает ее запоминание и усвоение.
- **Адаптивность метода** в учебных курсах необходима, как некий вариант ориентира на потребности определённой группы студентов, их уровень, интересы, профильное направление и пр.
- **Гибкость метода** важна для обучающихся, т.к. есть возможность интегрировать в курс обучения подкасты, доступ к которым свободен в любое время, удобное для обучающихся.
- **Практичность метода** заключается в том, что подкасты и задания к ним подбираются для индивидов с разным уровнем владения языком. Работа с данным материалом позволит усвоить ИЯ в той мере, в какой это требуется студентам для самостоятельного обучения и во время занятий в аудитории.
- **Мобильность метода** в том, что его применение легко адаптируется под мобильные устройства, студенты могут учиться в любом месте и в любое время [3].

В качестве примера рассмотрим подкаст и дидактические задания к нему. Данный подкаст взят из подборки «**Easy German**» (Telegramkanal), который представляет живую речь и субтитры на немецком и английском языках, что очень облегчает изучение немецкого после английского [1]. В этом подкасте нет политических тем, обсуждаются молодёжные, бытовые и профессиональные вопросы. Нами была выбрана тема «**Studentenleben**» («Студенческая жизнь», уровень A2-B1), которая близка всем студентам.



Задание 1.1. Предварительно проработать лексику, которая прозвучит в подкасте, и проговорить вместе со студентами каждое слово в отдельности. Это задание необходимо в том случае, если такое занятие проводится впервые или тема абсолютно новая. На более высоких уровнях владения ИЯ можно предложить только список слов, которые студенты должны произнести, как участники подкаста после одного или двух раз прослушивания.

Задание 1.2. Предлагается просто послушать аудиозапись и сказать на родном языке, что было понятно, о чем говорили персонажи, сколько их было.

Задание 2.1. При втором прослушивании смотреть видеозапись с субтитрами. В случае, если это домашнее задание, количество прослушиваний может быть неограниченным.

Задание 2.2. Игра в переводчика. Если сложно переводить целиком предложение, то можно отдельными словами или словосочетаниями.

Задание 3.1. Работа над грамматическими структурами (если требуется по теме, то проработать путём поиска этих конструкций в подкасте).

Задание 3.2. Работа над лексикой. Расслышать длинные составные слова или наоборот сокращённые молодёжные, сленговые слова и запомнить их.

Задание 4. Если подкаст имеет несколько подтем, как в нашем подкасте (кампус, столовая, библиотека, учёба, свободное время), то можно выписать тот набор слов, которые использовали персонажи по конкретной теме, а потом написать комментарий по каждой подтеме, используя услышанную лексику и перерабатывая ее под свой ответ.

Задание 5. Подготовить свой подкаст и дать послушать одногруппникам. Их задача понять, о чем идет речь, и дать свой комментарий к подкасту устно, либо письменно.

Задание 6. Даётся часть подкаста для прослушивания, надо будет закончить его самим и затем сравнить с оригиналом.

Заданий может быть разработано очень много, т.к. уровень групп разный, подготовка разная и отработка аудирования может происходить в разных форматах. Главная цель – научиться слушать и слышать, а также передавать услышанную информацию дальше.

Рекомендуем несколько подкастов для изучающих немецкий язык [2]:

Nachrichtenleicht

Уровень: beginner, intermediate (начинающий и продолжающий)

В этом подкасте обсуждаются новости, спорт, политика и культура на немецком языке. К каждому эпизоду они добавляют словарь, так что каждый сможет сравнить написание с произношением и повторить слова, которые используются в эпизоде. В этом подкасте настолько упрощен язык специально для изучающих немецкий язык, что очень подходит для начинающих.

Easy German

Уровень: beginner, intermediate (начинающий и продолжающий)

В подкасте обсуждаются проблемы Германии и в целом всего мира с объяснением слов и использованных выражений.

Bayerische Rundfunk

Уровень: advanced (продвинутый)

Как и в Deutsche Welle, в этом подкасте имеются разные виды контента, но ориентирован он на слушателей с более высоким языковым уровнем.

В Интернете существует множество подкастов на любой целевой запрос и на любом языке. Для тех, кто нуждается в специальных подкастах для методичного изучения ИЯ, мы рекомендуем следующие.

Мультиязычные подкасты

Language Transfer

Уровень: beginner (начинающий)

Языки: французский, немецкий, испанский, итальянский, суахили, греческий, турецкий, арабский. Данный подкаст, который фокусируется на логике языков. Можно изучать языки совсем иначе, чем в аудитории.

Radio Lingua: Coffee Break

Уровень: beginner, intermediate (начинающий и продолжающий).

Языки: немецкий, испанский, французский, итальянский, китайский.

Подкаст очень популярен, и этот его рекомендуют всем изучающим ИЯ.

News in Slow

Уровень: intermediate (продолжающий).

Языки: испанский, французский, итальянский, немецкий.

Этот подкаст охватывает широкий спектр тем и предоставляет много ресурсов для изучающих языки, поэтому его очень рекомендуют ученики, апробировав на себе.

В заключение можно сказать, что подкаст дополняет аудиторное и самостоятельное изучение ИЯ и действительно может помочь в овладении ИЯ. Конечно, подкасты не должны использоваться как единственное средство при изучении ИЯ, однако, если их сочетать, например, с аудиторными занятиями, они могут быть достаточно эффективным ресурсом для закрепления языковых навыков. Подкасты развивают навыки слушания и

коммуникативные навыки в целом. В дополнение к некоторым подкастам прилагается текстовая расшифровка (стенограмма) или учебные материалы, что также помогает улучшить навыки не только аудирования, но и чтения и запоминания. При этом активно расширяется словарный запас. Подкасты помогают не только узнать новые слова, но и сразу понять, как они используются в контексте тем, интересных слушателям. Таким образом провоцируется активное и пассивное слушание: пассивное прослушивание подкастов во время ежедневных поездок на учёбу или работу, активное прослушивание с целью выполнить задания по материалу.

Дополнительная мотивация для работы с данным цифровым продуктом – изучение практически любой темы с одновременным совершенствованием своих языковых навыков. Этот метод очень привлекателен, так как позволяет погружение в языковую атмосферу носителей языка, одновременно знакомя и с манерой поведения людей в разных повседневных и профессиональных ситуациях, а также знакомя попутно и со страноведческим материалом, который может быть использован как фон к подкасту. Создание материалов для своего подкаста на изучаемом языке, обсуждение его в группе способствует тому, что перестают бояться размещать комментарии и обсуждать актуальные темы даже с иностранными студентами, носителями языка.

Рекомендуем не использовать для изучения ИЯ подкасты, сгенерированные искусственным интеллектом (ИИ), так как замечены некоторые фонетические ошибки ИИ, а именно неправильная постановка ударения, что наблюдается в материалах, подготовленных ИИ на многих языках, в том числе в немецком и в русском языке. Этот фактор очень пагубно влияет на становление произношения и понимания речи на ИЯ.

Библиографический список

1. Подкасты для изучения языков // Tandem (мобильное приложение и сайт для языкового обмена). – URL: <https://tandem.net/ru/blog/top-free-podcasts-language-learners> (дата обращения: 16.05.2025).
2. Подкаст на немецком языке «Easy German» Student Life in Fulda. – URL: <https://www.easygerman.org/podcast/episodes> (дата обращения: 23.05.2025).
3. Сысоев П. В. Подкасты в обучении иностранному языку // Язык и культура. 2014. №2 (26). – С. 189–201. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podkasty-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku> (дата обращения: 07.05.2025).

© Бикулова Г.Р., 2025

Bikulova Guzel Rifatovna
Candidate of Pedagogical Science, associate professor
Associate professor,
Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: bigur@mail.ru

Abstract

This article presents the experience of scientific and practical work with students of different technical fields using the method of immersion in the atmosphere of a foreign language based on podcasts of German-speaking speakers. Testing was carried out using didactic material for training listening, as one of the most difficult types of speech activity.

Key words: podcast, listening, immersion method, didactics, language aspects, types of speech activity, digital audio-video recording.

УДК 81

Вильданова Гузель Агзамовна
Кандидат филологических наук, доцент
Доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет,
Кафедра контрастивной лингвистики
e-mail: guzelec@gmail.com

АКСИОГЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЕН В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация

Статья посвящена особенностям ценностной репрезентации в прецедентных именах со сферой-источником «американская политика». Автор рассматривает прецедентные феномены как языковое воплощение ценностей лингвокультуры и анализирует прецедентные имена американских государственных деятелей в свете их аксиогенного потенциала. Выявлены следующие ключевые ценностные ориентиры: патриотизм и национальное самосознание, честность и справедливость, безупречная репутация и сохранение имиджа, дипломатия и умение договариваться. Использование прецедентных имен позволяет эффективно апеллировать к аудитории, убеждает в правильности действий и повышает авторитет политика.

Ключевые слова: аксиогенный, аксиологическая лингвистика, американская лингвокультура, культурный код, политический дискурс, прецедентное имя, ценность.

Термин «аксиогенный» приобретает все большую популярность в аппарате исследователей в области аксиологической лингвистики. Это неудивительно, так как термин позволяет в емкой форме представить общие и частные аспекты ценностной репрезентации в языковых единицах разного уровня и описать их аксиологический потенциал. Надо отметить, что термин получил широкое распространение «с легкой руки» профессора В.И. Карасика, в работах которого плодотворно исследуется языковое воплощение ценностей на примере аксиогенных ситуаций – ценностно насыщенных фрагментов реальности, зафиксированных в определенных речевых жанрах [4, 5]. Также лингвист отмечает, что важным источником знаний о ценностных ориентирах лингвокультурного сообщества выступают прецедентные тексты. Обращение к ним представляется особенно действенным в речи современных политиков для демонстрации корректности выбранной стратегии и решений: опора на предшествующую ситуацию и отсылка к общему знанию помогает эффективно апеллировать к аудитории, убеждать в правильности действий и ставить себя на одну ступень с авторитетным историческим деятелем. В этой связи исследование специфики функционирования аксиогенных прецедентных явлений в речи современных политических деятелей и средствах массовой информации является актуальным и интересным.

Ограниченные рамками публикации, в данной статье мы обращаемся к анализу прецедентных имен со сферой-источником «американская политика», которые представляются особенно информативными в плане выражения аксиологических установок культурного кода американской нации: прецедентный антропонимикон обладает ярко выраженной культурной спецификой, позволяет реконструировать уникальный исторический нарратив и «вскрыть» особенности аксиогенеза лингвокультурного сообщества [1]. По нашему глубокому убеждению, имя собственное в политическом дискурсе получает особый символический статус и становится носителем ценностных ориентиров. Символьное значение, которое приобретает имя исторически значимой личности, коррелирует с его индивидуальными особенностями и свершениями. Любопытно, что источником аксиологического значения становятся и производные имен, при этом «динамика использования прозвищных номинаций, их экстраполяция на другие личности и ситуации указывают на доминанты, которые доказывают свою ценность на довольно протяженном отрезке времени в рамках политического дискурса США» [3, 32]. Таким образом, прецедентные имена реализуют мифологическую функцию, моделируя образцы для подражания или порицания [2].

В данной работе анализируются имена собственные, часто используемые в описании современных политиков в СМИ и выступлениях самих государственных деятелей, при этом предпочтение отдавалось прецедентным именам, которые коррелируют с ключевыми национально-специфическими установками американской лингвокультуры. Основным критерием отбора прецедентного имени выступала устойчивость, узнаваемость и аксиологическая составляющая. Анализ полученного эмпирического материала выявил

ниже следующие важные аксиологические ориентиры, закрепленные в семантике прецедентных имен со сферой-источником «американская политика»:

- *Патриотизм и национальное самосознание.* Символом данной ценности американской лингвокультуры выступает седьмой президент США Эндрю Джексон, именуемый «народным президентом». Известный масштабными реформами в социальной, административной и финансовой сфере, его популистское правление вызывает восхищение Дональда Трампа, который позиционирует себя как «Эндрю Джексон XXI века». В прессе активно проводятся аналогии между президентами разных эпох, обсуждается приверженность Трампа политике Джексона: «*The portrait of President Andrew Jackson has recently made a comeback in the Oval Office. “Old Hickory” – Jackson’s nickname – has long been a favorite of President Donald Trump. Trump identifies with Jackson on many levels. As a man and a leader, he likes the brash, confrontational, hypermasculine, lionlike attitude that characterized the seventh president. Jackson pushed executive power to the limits, just like Trump tries to do. And there is a commonality of philosophical and political visions. The two tap into the same definition of freedom. They both believe the president has freedom from all restraint and from every form of legislative or judicial control*» [11]. Очевидно, что имя седьмого президента США стало символом эффективного руководителя и примером подлинного служения интересам народа.

- *Честность и справедливость.* Авраам Линкольн – величайший, по мнению многих респондентов, президент в истории и национальный герой США. Прозвище «Честный Эйб» прикрепилось к нему задолго до начала политической карьеры, и позднее репутация прямого, честного и справедливого человека завоевала голоса американцев, само президентство стало знаковым для объединения и становления американской нации. Авраам Линкольн для американцев – это выдающийся представитель человечества, его жизненный путь служит подтверждением того, что самая лучшая политика – это честность, а имя ассоциируется со справедливостью и безупречной репутацией: «*Brian P. Williams: Honest Abe from Kentucky*» [7]; «*Trump knows he’s no Lincoln. That’s why he’s obsessed with him*». [6]. Любопытно, что положительные коннотации, содержащиеся в семантике данного имени, успешно экстраполируются на товарные знаки (автомобильная компания, банк).

- *Свобода и равенство.* Заметим, что другое прозвище А. Линкольна – «Великий освободитель» – отражает американские ценности равенства и свободы, которые также успешно реализованы в имени борца с расовым неравенством и автора известной речи «У меня есть мечта» – Мартина Лютера Кинга. Пример лидерства и непримиримой борьбы за гражданские права, «нравственный компас для человечества», МЛК остается источником вдохновения для активистов 21 века: «*Our friend William J. Barber has been called the closest person we have to Martin Luther King, Jr. in our midst. What unites each of these change-makers walking in the footsteps of Martin Luther King, Jr.? Together, we can make MLK’s dream a reality*» [5].

-Безупречная репутация и сохранение имиджа. Интересно, что данная ценность актуализируется при помощи прозвища: неуязвимого для критики политика с безупречной репутацией зачастую именуют «тефлоновым». Изначально так называли Р. Рейгана, но «со временем эта единица потеряла индивидуальную отнесенность и стала обозначать любого президента, имя которого остается не замаранным, несмотря ни на какие недостатки. Использование имеющегося прозвища, перенесение его на новые персонажи и в новые контексты говорит о том, что умение внушить избирателям желание прощать отдельные недостатки их политического лидера достаточно востребовано и не может остаться незамеченным. Соответственно, *Teflon president* часто используется и по сей день по отношению к разным политическим деятелям. Данный образ эксплуатируется и при обозначении срока президентства – *Teflon presidency»* [3, 30]. К примеру, в современной прессе неоднократно подчеркивалась удачливость и неуязвимость Дональда Трампа: «*What an indictment means for Trump the ‘Teflon president’»* [10]. Очевидно, что прозвище содержит американскую ценностную установку на жизненную стойкость, предприимчивость, умение удерживаться на плаву, несмотря на запятнанную репутацию, и «выкручиваться» из любой ситуации.

-Дипломатия и умение договариваться. «Способность коммуницировать представляет собой одну из базовых ценностей американской культуры» [3, 30], и умению договариваться и находить общий язык придается большое значение как существенному достоинству того или иного политика, свидетельству высокого профессионализма, залогу его успеха и популярности. Теодор (Тедди) Рузвельт – образец американского лидера, чьи переговорные навыки, дипломатичность и миротворческая деятельность вызывает уважение и любовь многих американцев: «*I go back to Teddy Roosevelt and the Treaty of Portsmouth. The czar of Russia and the Japanese were ready to walk out the door [during negotiations] and Roosevelt basically got them together [...]. And what happens is you get Teddy Roosevelt the Nobel Peace Prize and the war stops»* [8]. Высоко оцениваются и коммуникативные навыки современного президента Трампа и подчеркивается его репутация умелого переговорщика: «*Donald Trump is Great Communicator, too. In his own way, Trump as great a communicator as Reagan, precisely because he rarely tries to persuade Democrats or win over reporters from the Post or Politico»* [9]. Думается, что переговорческие навыки имеют высокую значимость для американцев как нации предпринимателей и первопроходцев.

Таким образом, высокий аксиогенный потенциал прецедентных имен в политическом дискурсе не вызывает сомнения: использование прецедентных имен позволяет апеллировать к общему знанию и культурному коду, убеждает в правильности политического курса и повышает авторитет политика. Разумеется, список прецедентных имен, отражающих важные ценностные установки американской лингвокультуры, открыт и дальнейшее изучение аксиогенных имен позволит углубить знания о важных элементах аксиосферы американской лингвокультуры.

Библиографический список

1. Вильданова Г. А. Прецедентные эвфемизмы в английском языке // Вестник Челябинского государственного университета. – 2024. – № 8(490). – С. 115–123. – DOI 10.47475/1994-2796-2024-490-8-115-123.
2. Иванова С. В., Вильданова Г. А., Кожухова И. В. Аксиогенный потенциал прецедентных феноменов со сферой-источником «американская политика» // Политическая лингвистика. – 2025. – № 3. – С. 91–104.
3. Иванова С. В. Политический антропонимикон в американской лингвокультуре: что в имени? // Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение: Материалы IV Международной научно-практической конференции, Орёл, 13 октября 2020 года. – Орёл: Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева, 2020. – С. 27–32.
4. Карасик В. И. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы. – М.: Гнозис, 2019. – 422 с.
5. Activists continuing MLK’s work today // B&J, January 15, 2021. – URL: <https://www.benjerry.com/whats-new/2017/01/activists-mlk> (дата обращения: 11.05.2025).
6. Blumenthal S. Trump knows he’s no Lincoln. That’s why he’s obsessed with him. // Washington Post, May 7, 2020. – URL: <https://www.washingtonpost.com/outlook/2020/05/07/lincoln-memorial-trump-coronavirus/> (дата обращения: 01.05.2025).
7. Brian P. Williams: Honest Abe From Kentucky // New York Times, December 30, 2001. – URL: <https://www.nytimes.com/2001/12/30/national/portraits/brian-p-williams-honest-abe-from-kentucky.html?ysclid=mdzc2vs5as418178391> (дата обращения: 20.04.2025).
8. Doornbos C. Trump ready to double down on Russian sanctions, US envoy to Ukraine Keith Kellogg says // New York Post, February 7, 2025. – URL: <https://nypost.com/2025/02/06/world-news/trump-ready-to-double-down-on-russian-sanctions-us-ukraine-envoy-keith-kellogg/> (дата обращения: 02.06.2025).
9. Heer J. Donald Trump Is a Great Communicator, Too // TNR, February 1, 2018. – URL: <https://newrepublic.com/article/146872/donald-trump-great-communicator>
10. Maass H. What an indictment means for Trump the ‘Teflon president’ // The Week, March 30, 2023. – URL: <https://theweek.com/donald-trump/1021965/what-an-indictment-means-for-trump-the-teflon-president> (дата обращения: 11.05.2025).
11. Valsania M. President Trump may think he is President Jackson reincarnated – but there are lessons in Old Hickory’s resistance to sycophants // The Conversation, February 3, 2025. – URL: <https://theconversation.com/president-trump-may-think-he-is-president-jackson-reincarnated-but-there-are-lessons-in-old-hickorys-resistance-to-sycophants-248532> (дата обращения: 11.05.2025).

© Вильданова Г.А., 2025

Vildanova Guzel Agzamovna
Candidate of Philological Science, associate professor
Associate professor, Kazan Federal University,
Department of Contrastive Linguistics,
e-mail: guzelec@gmail.com

AXIOGENIC POTENTIAL OF PRECEDENT NAMES IN POLITICAL DISCOURSE

Abstract

The article focuses on the features of value representation in precedent names with the source sphere «American politics». The author considers precedent phenomena as linguistic manifestation of the linguocultural values and analyzes precedent names of American statesmen from the point of view of their axiogenic potential. The following key value guidelines are revealed: patriotism and national identity, honesty and fairness, impeccable reputation and image preservation, diplomacy and skill to negotiate. The use of precedent names provides effective appeal to the audience, convinces of the politics correctness and increases the authority of the politician.

Key words: *axiogenic, axiological linguistics, American linguoculture, cultural code, political discourse, precedent name, value.*

УДК 81

Габдуллина Венера Рамилевна
Кандидат филологических наук, доцент
Доцент, Уфимский университет науки и технологий,
Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации
e-mail: venera-nurieva@yandex.ru

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ ЗНАЧЕНИЯ СЛОВА

Аннотация

Статья посвящена исследованию ассоциативных реакций детей в возрасте от четырех до восемнадцати лет – носителей татарского и башкирского языков. Выявленные количественные и качественные особенности реакций были сопоставлены с данными аналогичного анализа, проведённого среди русскоязычных испытуемых. На основе проведённого сопоставления автором сформулированы выводы о динамике развития семантики слов в зависимости от лингвокультурного контекста и возрастного фактора.

Ключевые слова: татарский язык, башкирский язык, русский язык, значение слова, динамика развития.

Современные лингвистические исследования активно обращаются к ассоциативным экспериментам, что связано с осознанием роли ассоциативных механизмов в формировании смысловых значений лексических единиц и их потенциала для выявления объективных семантических связей в языковом сознании. Как отмечают учёные, ассоциативные реакции фиксируют не только культурно-обусловленные паттерны, но и индивидуальный социальный опыт, включая профессиональную деятельность, географическую локализацию, возрастные характеристики, статусные позиции и иные личностные факторы.

А. А. Залевская отмечает, что ассоциативные данные выступают ключевым инструментом в кросс-культурных и междисциплинарных изысканиях, демонстрируя как универсальные когнитивные принципы, так и уникальные особенности конкретных языковых систем. В её работах подчёркивается важность сравнительного анализа. Только системное сопоставление результатов, полученных от носителей типологически родственных (например, татарского и башкирского языков) и неродственных языковых систем (например, тюркских языков и русского), позволяет выявить закономерности организации лексикона через призму значимых признаков слов и их взаимосвязей [1, 54].

Совокупность ассоциаций отдельного человека служит «окном» в его языковое восприятие. По определению Р. М. Фрумкиной, «ассоциации — это связи между объектами или явлениями, основанные на личном, субъективном опыте» [4, 189]. При этом данный опыт может коррелировать с коллективными культурными установками или отражать уникальные индивидуальные черты.

А. Н. Леонтьев выделяет ассоциативный эксперимент как ключевой метод изучения культурной специфики лексики. Для объективного выявления культурной маркированности словарных единиц наиболее релевантным представляется именно ассоциативный подход [2, 14].

Результаты свободного ассоциативного эксперимента, проведённого среди детей — носителей татарского и башкирского языков в четырёх возрастных категориях (дошкольники, младшие школьники, учащиеся средних классов, старшеклассники) были сопоставлены с данными исследования Т. М. Рогожниковой, посвящённого русскоязычным детям. Это дало возможность провести анализ динамики формирования значений слов как в рамках одного языка (внутриязыковой аспект), так и в сравнении между разными языковыми системами (межъязыковой аспект), что раскрыло особенности развития семантики в различных лингвокультурных контекстах.

В ходе анализа ассоциативных реакций удалось проследить:

- 1) степень актуализации различных **лексико-семантических вариантов** (далее ЛСВ) у испытуемых разных возрастных групп;
- 2) возрастную динамику развития значений слов;
- 3) особенности семантической организации лексикона в сопоставляемых языках.

Количественные результаты

Статистический анализ выявил следующие закономерности:

- во всех трех языках значительная часть ЛСВ полисемантических слов осталась нереализованной в детской речи;
- наиболее выраженная диспропорция между потенциальными и актуализированными ЛСВ наблюдалась в татарском языке, где даже треть существующих значений не находила отражения в ассоциациях детей и подростков;
- для всех языковых групп характерно возрастное расширение словарного запаса.

Однако, в русском и башкирском языках преобладало увеличение количества активируемых ЛСВ, тогда как в татарском языке отмечалось преимущественно углубление существующих ЛСВ без значительного расширения их спектра.

Качественные изменения в ассоциативных полях

Сравнительный анализ выявил существенные различия в стратегиях семантического развития. В **русском языке** наблюдается постепенное расширение спектра ЛСВ, четкая прогрессия от конкретного к абстрактному, формирование сложных метафорических связей. В **татарском языке** – глубокое развитие внутри отдельных ЛСВ, менее выраженное расширение диапазона значений, сохранение культурно-специфичных ассоциативных связей. В **башкирском языке** – параллельное развитие как вглубь, так и вширь, раннее появление абстрактных категорий, ярко выраженная этнокультурная специфика реакций.

Полученные данные позволяют сделать следующие заключения:

- 1) стратегии семантического развития существенно различаются даже между типологически близкими языками;
- 2) культурные факторы оказывают значительное влияние на формирование ассоциативных связей;
- 3) возрастная динамика отражает не только когнитивное развитие, но и процессы социокультурной адаптации;
- 4) выявленные закономерности требуют учета при разработке методик обучения родному и неродному языку.

Как справедливо отмечает Т. М. Рогожникова, анализ ассоциативных реакций позволяет проследить эволюцию детского мировосприятия: «изменяются представления ребенка о взаимоотношениях между людьми, как складывается его отношение к познаваемому им миру, что становится для него наиболее важным по мере взросления» [3, 128]. Наш межъязыковой анализ подтвердил это положение, выявив при этом существенные различия в стратегиях семантического развития между татарским и башкирским языками.

Дифференциация значений в татарском языке

На примере анализа слова **МЭКТЭП (ШКОЛА)** в татарском языке прослеживается ярко выраженная тенденция к углубленной дифференциации (конкретизации) значений.

1. Дошкольный возраст:

- *конкретные ситуативные ассоциации*: укырга (учиться), укий торган жир (место, где учатся), язышырга (писать), мин дэ язам (я тоже пишу), рэсым эшлэргэ (рисовать), бишлегэ укырга (на пятерки учиться), укырга укыйлар (учаться читать), мин ускеч укырга барам (когда я вырасту, пойду в школу), кеше укырга бара (человек идет учиться), тышка чыгабыз (на улицу выходим), иртэн торып сумка тотып барырга (встав утром, пойти с сумкой), ничек мэктэп бетерергэ инде (ну как же закончить школу), мэктэпкэ барасы килэ (в школу хочу), уку (учеба), укыйлар китаплар (читают книги), язырга йөрөтэлэр (учат писать);

- *внимание к физическим характеристикам*: укытуchy (учитель), калэм (карандаш), китап (книга), мэктэп (школа), дәрес (урок), портфель, класс, дәфтэр (тетрадь), эйбэт (хорошая), укучылар (ученики).

2. Младший школьный возраст:

- *конкретные ситуативные ассоциации*: яратам (люблю), укырга (учиться), укыталар (учат, обучают), мэктэпкэ йөрөрөгэ (в школу ходить), белем алырга (получать знания), дәрес (урок, занятие), язу (письмо);

- *внимание к оценочным характеристикам*: матур (красивая), олы (большая), чиста (чистая), жылы (теплая), яңа (новая);

- *социально значимые ассоциации*: эйбэт, яхшы (хорошая), икенче өй (второй дом), узбезнең класс (наш класс), класташларым (одноклассники), кластагы кешелэр (люди в классе).

3. Средний школьный возраст:

- *появление пространственных характеристик*: белем (знания), белем йорты (дом знаний), белем алатырган урын, жир (место, где получают знания), уку жире, укий торган жир (место, где учатся), белем учагы (очаг, центр знаний), белем алырга килгэн йорт (дом, куда приходят получать знания), белем алу, алырга (получать знания), 2-че йорт (өй) (второй дом), укий торган бер йорт (какой-то дом для учебы), без укыган жир, анда без узбез өчен белем алабыз (место, где мы учимся, там мы для себя получаем знания), жир - анда укыталар (место – там учатся), бергэ белем бирә (совместно дает знания), монсу дәресләр (скучные уроки).

4. Старший школьный возраст:

- *метафорические расширения*: энэ белән кое казу (копать колодец иголкой), бәхет (счастье).

- *оценочные характеристики*: яхшы (хорошая), озак (долго), белем йорты (дом знаний), зур (большая), олы (большая), якты (светлая), яңа (новая), икенче өй (второй дом), 11 ел укыйм (одинадцатый год учусь), мин мэктэптән алжадым (я устал от школы).

Этот пример демонстрирует, как с возрастом происходит:

- углубление существующих ЛСВ;
- расширение спектра дифференциальных признаков;
- формирование сложных семантических связей внутри одного ЛСВ.

Баланс дифференциации и генерализации в башкирском языке

В отличие от татарского, в башкирском языке наблюдается параллельное развитие процессов дифференциации и генерализации, что особенно наглядно проявляется в реакциях на слово ЕР (ЗЕМЛЯ).

Дифференциация (конкретизация)

1. Дошкольный возраст: кара (черная), үлән (трава), йәшел (зеленая), матур (красивая), сәскә (цветок), тупрак (почва, земля), таш (камень), машиналар (машины), ағас (дерево), кешеләр йәшәй (люди живут), ерзән йөрөйзәр (по земле ходят), кара тоңтә (черного цвета), кешеләр йөрөйзәр (люди ходят), ер шар (земной шар), ер эйләнә (земля крутится), тупрак менән уйнайым (играю с землей), ком менән уйнарға (играть с песком), йәшел үлән (зеленая трава), үсемлектәр (растения), таштар бар (камни есть), машиналар йөрөй (машины ездят), казыу (копать), без йөрөйбез(мы ходим).

2. Младший школьный возраст: матур (красивая), сәскәләр (цветы), тупрак (почва), минеке (моя), кош (птица), агаңтар (деревья), урман (лес), кара (черная), безнең йәшәй торган урын (место, где мы живем), туп (мяч), оло гына футбольный туп только зәңгәр тәстә (большой футбольный мяч, только синего света), капкара (черный-пречерный), РОССИЯ, һәйбәт (хорошая), йәнлектәр (животные), йомшак (мягкая), йорергә (ходить), йылы (теплая).

3. Средний школьный возраст: тупрак (почва, земля), қара (черная), зур (большая), матур (красивая), йомро, түнәрәк (круглая), қаты (жесткая), сәскә (цветы), Башкортостан, йомшақ (мягкий), тау (гора), қом (песок), Газпром завод, аяқ менән басып торган платформа (платформа, на которой стоят), урман (лес), атлар өсөн (для лошадей), бысрақ (грязная), қоро (сухая), Өфө (Уфа), һыу (вода), йөрөргә (ходить).

4. Старший школьный возраст: қара (черная), өй (дом), тупрак (почва), үлән (трава), Башкортостан, сәскә (цветок), ағас (дерево), зур (большой), тунәрәк (круглая), асфальт, йәшелсә (зеленеющаяся), ер йозо (поверхность земли), минеке (моя), йомшақ (мягкая).

Генерализация (обобщение, абстрагирование)

1. Дошкольный возраст: планета, йоморо, түгәрәк (круглая), зур, оло (большая), без йәшәгән ер (земля, где мы живем), таузар (горы), сәскәле (цветущая), бакса (сад), беззен планета (наша планета), кешеләр (люди), мизгелдәр (времена года), өй (дом), глобус, тыуған ер (родина), беззен тыуған ил (наша родная страна), мизгелдәр үзгәрә (меняются времена года), ин изгеңе (самое святое), кешеләр эшләй (люди работают), йәшеллек (зелень), матур һәм йомшак (красивая и мягкая).

2. Младший школьный возраст: түгәрәк, йомро (круглая), тыуған (родная), насар, алама (плохая), планета, haya (атмосфера, воздух), тун йорәк (ледяное сердце), киндерәк (широкая), зебра, чистота, туған як (родной край), тормыш (жизнь), койондар (вихри, смерчи), әйләнә (крутится), һыу (вода), йелга (река), кояш (солнце).

3. Средний школьный возраст: ер шары (земная шар), тәбиғәт (природа), тыуған ер (родная земля), Ватан (Отечество), донъя (мир), үзәмден тыуып үскән

ерем (земля, на которой родился и вырос), ипләп йөрө (ходить осторожно, неторопясь), тыуган ауылым (родная деревня), тыуган төйәк (родной приют, пристанище), юққа сыймаһын (чтобы не исчезла), қояш (солнце), ашамлықтар ултыртырға (сажать пищу), кеше өсөн (для человека), тере булған йәндәр йәшәгән, йәшәргә возможность булған ер (там, где есть живые организмы, возможность жить), тормош (жизнь), ерзә мәнгә йәшәргә (вечно жить на земле), бәтә планеталар (все планеты).

4. Старший школьный возраст: тыуган ер (родная земля), бәтә, бар доңъя (весь мир), ер шары (земной шар), беззен планетабыз (наша планета), кеше (человек), тыуган яқ (родина, родная сторона), қәбер (могила), тыуган ауыл (родная деревня), глобус, тәбигәт (природа), узебезнен еребез (наша земля), илдәр (страны), гумер (жизнь), haaya (воздух), емеш (фрукты), йырларга (петь), тыуган ил (родная страна), ярлы (бедная), ер матурлығын (красота земли), йәй (шрам, рубец), тыуган төйәк (родной приют, пристанище), беззен еребезне һақлорға (беречь нашу землю), яуларга (завоевать), тыныслық (покой, мир), иген (хлеб), мәһәббәт (любовь), природа.

Полученные данные позволяют сделать следующие выводы:

1. В татарском языке преобладает горизонтальная стратегия развития значений: углубление существующих семантических связей, минимальное расширение спектра ЛСВ, культурно-специфичная организация ассоциативных полей.

2. Для башкирского языка характерен вертикально-горизонтальный тип развития: параллельное углубление и расширение значений, раннее формирование абстрактных категорий, быстрое усложнение семантической структуры слова.

3. Эти различия могут быть обусловлены: особенностями языковой картины мира, спецификой культурной социализации, различиями в образовательных традициях.

Выявленные закономерности открывают новые направления для исследований:

- 1) сопоставительный анализ других концептов;
- 2) изучение влияния билингвизма на стратегии семантического развития;
- 3) разработка culturally-sensitive методик языкового образования.

Как показывает сравнительное исследование Т.М. Рогожниковой, процесс генерализации значений с возрастом представляет собой универсальную тенденцию, наблюдалась в различных языковых системах – русском, белорусском, словацком и английском. Однако, как отмечает исследователь, этот процесс всегда сопровождается параллельной дифференциацией значений, что создает сложную динамику семантического развития.

Согласно концепции Т.М. Рогожниковой, развитие значения слова происходит по двум взаимосвязанным направлениям:

1) горизонтальное развитие (дифференциация), сопровождаемое расширением спектра дифференциальных признаков и так называемым механизмом «умножения жизненных встреч» с референтом.

2) вертикальное развитие (генерализация) характеризуется формированием иерархических связей и механизмом «перестройки идиолексикона».

Анализ полученных результатов позволяет сделать следующие выводы:

Татарский язык:

- преобладание горизонтального развития;
- ярко выраженная дифференциация;
- культурно-специфичная организация семантических полей.

Башкирский язык:

- баланс вертикального и горизонтального развития;
- раннее формирование абстрактных категорий;
- сложные семантические иерархии.

Русский язык (по данным Рогожниковой Т.М.):

- ярко выраженная вертикальная динамика;
- быстрое формирование обобщенных понятий;
- развитая система метафорических переносов.

Подводя итог, отметим, что культурно-языковая специфика влияет на соотношение горизонтального и вертикального развития значения слова, скорость формирования абстрактных понятий, структуру семантических полей.

К перспективам дальнейших исследований можно отнести расширение языковой выборки, изучение влияния мультилингвизма, разработку диагностических методик, создание обучающих программ с учетом выявленных закономерностей.

Библиографический список

1. Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: Избранные труды. – М.: Гнозис, 2005. – 543 с.
2. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. – Изд. 2-е. – М.: Политич. литература, 1977. – 304 с.
3. Рогожникова Т. М. Психолингвистическое исследование функционирования многозначного слова: Монография. – Уфа: Уфимск. гос. авиац. ун-т, 2000. – 242 с.
4. Фрумкина Р. М. Психолингвистика: учеб. пособие. – М.: Академия, 2003. – 320 с.

© Габдуллина В.Р., 2025

Gabdullina Venera Ramilevna
Candidate of Philological Science, associate professor,
Associate professor,
Ufa University of Science and Technology
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: venera-nurieva@yandex.ru

THE DYNAMICS OF THE WORD MEANING DEVELOPMENT

Abstract

The article is devoted to the study of associative responses of children aged four to eighteen, native speakers of the Tatar and Bashkir languages. The revealed quantitative and qualitative characteristics of the responses were compared with data from a similar analysis conducted among Russian-speaking respondents. Based on the comparison, the author draws conclusions about the dynamics of the development of the semantics of words depending on the linguistic and cultural context and the age factor.

Keywords: *Tatar language, Bashkir language, Russian language, word meaning, dynamics of development.*

УДК 372.881.111.22

Ганиева Эльвира Шакирьяновна
Старший преподаватель,
Уфимский университет науки и технологий,
Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации
e-mail: ganieva100@mail.ru

НА ПУТИ К АКТУАЛЬНОМУ ОБРАЗОВАНИЮ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Аннотация

В статье рассматривается использование информационно-коммуникационных технологий в деятельности преподавателя иностранного языка в период цифровизации образования. Особое внимание уделяется технологиям искусственного интеллекта, которые на этапе цифровой трансформации мы активно внедряем в учебный процесс. Автор стремится спрогнозировать перспективы, что ожидают высшую школу в ближайшее время, предположить, какие возможности и вызовы ставит перед преподавателями иностранного языка искусственный интеллект. Еще один аспект, рассматриваемый в статье, это соответствие обучения запросам общества, в связи с чем предлагается использовать термин «актуальное образование».

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, информационно-коммуникационные технологии, Гёте-институт, искусственный интеллект, актуальное образование.

На современном этапе мир находится в процессе постоянной трансформации благодаря созданию и внедрению новых цифровых продуктов и технологий. Образование – одна из основополагающих сфер социальной жизни общества, поэтому в эпоху Индустрии 4.0 цифровой прогресс серьезно влияет на все составляющие образовательного процесса.

Цифровизация образования – это не просто адаптация новых технологий в учебной деятельности, но и переосмысление педагогических и воспитательных стратегий, методов обучения и коммуникация между преподавателями и обучающимися [4].

Этапы цифровизации образования в России можно рассматривать в фокусе мирового развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и их внедрения в образовательную среду. Она, по оценке ученых Института образования Высшей школы экономики, прошла несколько стадий, каждая из которых включает в себя разные направления и процессы:

- Первый этап цифровизации начался в конце восьмидесятых – начале девяностых годов и был направлен, в основном, на развитие компьютерной грамотности как учащихся, так и педагогов, а также создание материально-технической базы, например, появление в учреждениях образования компьютерных классов;
- Во второй волне, с начала нулевых годов 21 века, повсеместно заговорили о внедрении в образовательный процесс информационно-коммуникационных технологий, когда цифровые форматы и гаджеты стали использоваться при обучении различным дисциплинам;
- На третьем этапе, приблизительно с 2018 года, речь уже идет о цифровой трансформации — применении цифровых технологий во всех процессах образовательной деятельности: от организации административно-управленческой работы до проведения учебных занятий [8].

На собственном опыте автор прошла почти все этапы цифровизации: от внедрения ИКТ в образовательный процесс отечественной высшей школы до активного использования информационной системы управления (ИСУ) Уфимского университета науки и технологий в своей повседневной работе. Наиболее показателен прогресс использования автором инструментария ИКТ как преподавателя немецкого языка. Так, на одной из первых научно-методических конференций, посвященных вопросам теории и практики языковой коммуникации, исследователем был сделан доклад об использовании Интернет-ресурсов при подготовке к учебным занятиям по немецкому языку. Далее, в связи с развитием ИКТ и появлением новых образовательных инструментов автор изучала материалы о применении обучающей среды Moodle, технологии подкастинга, интернет-платформы, основанной на технологиях Web 2.0 и позволяющей широкому кругу пользователей сети Интернет быть не только

получателями информации, но и ее создателями или соавторами. В 2014 году благодаря семинарам Немецкого культурного центра имени Гёте (Гёте-институт, г. Москва) исследователь ознакомилась с цифровыми образовательными ресурсами (ЦОР) для тренировки различных языковых аспектов. Это был широкий набор онлайн-инструментария преподавателя немецкого языка для создания интерактивных упражнений, мультимедийных рабочих листов и совместных интернет-проектов. Позже с интересом погрузилась в изучение социальных сетей – популярных среди молодежи по итогам 2020 года – видеохостингов YouTube и TikTok и их обучающего потенциала. В 2023 году благодаря участию в мастер-классах по цифровой грамотности и созданию медиапродуктов от тренеров Гёте-института познакомилась с набором цифрового инструментария: это платформы для создания собственных мультифильмов, мобильного кино и интересных подкастов, которые можно успешно применять на занятиях по изучению иностранного языка.

Новые цифровые продукты и информационно-коммуникационные технологии создаются непрерывно, мы быстро переходим на более продвинутый уровень. Современный период в сфере образования принято обозначать как этап цифровой трансформации – это расширенный процесс, когда речь идет не только об эволюции технологий, сколько о целостной оптимизации всей структуры образовательной сферы, цифровой зрелости коллектива и информационной системе управления. Но в любой период цифровизации образовательный процесс должен соответствовать вызовам времени и отвечать на запросы общества.

Поэтому автор статьи придерживается мнения коллеги из Германии Д. Михайловича о применении термина «актуальное образование» [5, 261]. Д. Михайлович – учитель, журналист, служащий в органах управления образованием ФРГ. Он преподает, читает лекции о современном образовании в условиях цифровой трансформации, а также консультирует политиков и администраторов.

По мнению немецкого автора, термин «цифровое образование» стал популярным в последние годы и сыграл определенную роль в том, что об инновациях, необходимых образованию, стали думать как о цифровом расширении. Говоря о «цифровом образовании», утверждает Д. Михайлович, зачастую к уже существующей образовательной услуге или учебному пособию добавляют слово «цифровой». Педагог считает, что нужен другой термин, который побуждал бы нас мыслить в более крупных масштабах. Его предложение – «актуальное образование» (АО) (от «zeigemäßige Bildung» буквально с немецкого «образование, соответствующее времени»).

Д. Михайлович называет причины, по которым этот термин соответствует реальности:

- АО описывает бесконечный процесс развития;
- АО соизмеряется с актуальными вызовами;
- АО означает целостный подход;
- АО требует постоянного переосмыслиния;

- АО позволяет нам обойтись без таких терминов, как образование 2.0, 4.0, x.0 [5, 267].

Актуальное образование каждый раз заново определяет себя через проблемы общественного развития, возникающие в результате цифровизации и цифровой трансформации, и осмысливает их. В новом понимании обучения и учебы оно ищет ответы на все вопросы сегодняшнего дня. Актуальное образование всегда актуально на каждом временном отрезке, когда обновляются запросы общества.

В настоящее время в разумных сферах нашей жизнедеятельности активно используются технологии искусственного интеллекта (ИИ). Мы смело можем утверждать, что образование с применением ИИ – это актуальное образование, то есть соответствующее своему этапу.

Универсального и общепринятого определения искусственного интеллекта не существует, так как ИИ постоянно развивается. Возьмем за основу определение ИИ, изложенное в Национальной стратегии развития ИИ в РФ до 2030 г., где «ИИ — это «совокупность технологических решений, способных имитировать когнитивные функции человека и достигать результатов, как минимум сопоставимых с человеческим интеллектом, что также включает в себя способность к самообучению и поиску решений без заранее заданных алгоритмов» [7].

С 2020 г. определение ИИ в РФ стандартизировано: «Искусственный интеллект (artificial intelligence) – комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека (включая самообучение, поиск решений без заранее заданного алгоритма и достижение инсайта) и получать при выполнении конкретных практически значимых задач обработки данных результаты, сопоставимые, как минимум, с результатами интеллектуальной деятельности человека» [3].

В последние годы ИИ стал неотъемлемой частью актуального образовательного процесса, особенно при изучении иностранных языков. Преподаватели активно интегрируют ИИ в обучение, ведь он предлагает множество возможностей для улучшения качества занятий. Но в то же время ИИ ставит перед вузовским образованием и обществом в целом серьезные социальные вызовы.

Свообразным триггером для детального погружения в мир ИИ лично для меня стало участие во Всероссийской конференции для учителей и преподавателей немецкого языка «Искусственный интеллект (ИИ) в преподавании немецкого языка: перспективы и вызовы», организованной Гёте-институтом в 2024 году. Мероприятие прошло одновременно на трех площадках: в Москве, Новосибирске и Санкт-Петербурге. Это было интересное событие: рабочий день, полный интересных импульсов и возможностей для обмена идеями о перспективах в преподавании немецкого языка.

Цель конференции – представить инновационные методы обучения, способствовать общению между коллегами и обсуждению последних достижений в области преподавания немецкого с использованием

искусственного интеллекта и культурно-рефлексивного подхода в обучении.

На конференции демонстрировалось, как преподаватели различных вузов и школьные учителя используют ИИ на занятиях. Это было бесценное мероприятие в плане открытия новейших технологий, инструментов и приложений. По окончании мероприятия создан телеграмм-канал для обмена опытом использования ИИ на занятиях немецкого языка: https://t.me/KI_im_DU

О возможностях применения технологий ИИ в разных сферах человеческой деятельности, в т.ч. образовательной, сегодня много говорят и пишут. Мне более понятен и приемлем опыт коллег из высших учебных заведений РФ, их компетенции в этом направлении.

Так, доцент Финансового университета при Правительстве РФ Ю. Е. Валькова в рамках работы со студентами использовала различные сервисы ИИ для выполнения следующих задач:

- 1) персонализации обучения;
- 2) создания игровой и интерактивной составляющей работы в аудитории или дома;
- 3) автоматизации контроля результатов;
- 4) развития разговорных навыков в отсутствие реальных носителей языка;
- 5) для приобретения страноведческих знаний и цифровых компетенций;
- 6) повышения качества академического письма и развития творческих и исследовательских способностей обучающихся;
- 7) организации методической поддержки преподавателей [2].

Интеграция ИИ в обучение иностранным языкам в вузе может столкнуться с некоторыми проблемами. Во-первых, материальные трудности: есть населенные пункты, где отсутствует доступ к широкополосному интернету. Во-вторых, разрыв в цифровой грамотности между выпускниками сельских школ и городских учебных заведений. Также возможность предвзятости ИИ-инструментов: например, несправедливые результаты оценок студентов из определенных культурных или языковых групп.

Существует и проблема социального и психологического характера, когда чрезмерное использование ИИ в обучающем процессе может привести к утрате человеческой коммуникации и эмоциональной связи, обезличиванию роли преподавателя и нивелированию воспитательного воздействия [1].

В настоящее время увеличивается зависимость от технологий, когда часть задач по поиску, обработке и креативному воспроизведению информации можно выполнить автоматически, с помощью машинного разума. Это, в свою очередь, может повлечь снижение уровня собственных когнитивных и креативных возможностей личности [6]. При активном и бесконтрольном использовании ИИ для выполнения домашних заданий у студентов усложняется выработка навыков и умений, а у преподавателей возникают трудности, связанные с объективным контролем знаний.

В целом на современном этапе технологии искусственного интеллекта не могут полностью заменить живого компетентного преподавателя, но могут быть отличным ассистентом для него и дополнением к обучающей программе.

Библиографический список

1. Баринов А. М., Романов А. В. Влияние искусственного интеллекта на использование и изучение английского языка // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. Сер.: Методика преподавания языка и литературы. – 2024. – № 06 (29). URL: <https://scipress.ru/fam/articles/vliyanie-iskusstvennogo-intellekta-na-ispolzovanie-i-izuchenie-anglijskogo-yazyka.html> (дата обращения: 19.05.2025)
2. Валькова Ю. Е. Использование искусственного интеллекта на занятиях по иностранному языку в вузе // Вестник Московского университета. Серия 20. Педагогическое образование. – 2025. – Т. 23. – № 1. – С. 137–151. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-iskusstvennogo-intellekta-na-zanyatiyah-po-inostrannomu-yazyku-v-vuze> (дата обращения: 07.05.2025).
3. ГОСТ Р 59277–2020. Национальный стандарт Российской Федерации. «Системы искусственного интеллекта. Классификация систем искусственного интеллекта» (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 23.12.2020 N 1372-ст). URL: https://meganorm.ru/mega_doc/norm/gost_r_gosudarstvennyj-standart/10/gost_r_59277-2020_natsionalnyy_standart_rossiyskoy.html (дата обращения: 20.05.2025)
4. Казакова А. А. Цифровизация образования: вызовы и возможности // Инновационные результаты социально-гуманитарных и экономико-правовых исследований: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 28 августа 2023г. – Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2023. – С. 23–32. URL: <https://apni.ru/article/6917-tsifrovizatsiya-obrazovaniya-vizovi-i-vozmozh> (дата обращения: 04.05.2025).
5. Кромер А., Линднер М., Михайлович Д. Навигатор по цифровому образованию. – Москва: Издательство АСТ, 2021. – 267 с.
6. Осипова Л. Б. Искусственный интеллект в образовании: реальные возможности и перспективы / Л. Б. Осипова // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. – 2024. – № 1. – С. 60–73. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvennyy-intellekt-v-obrazovanii-realnye-vozmozhnosti-i-perspektivy> (дата обращения: 15.05.2025).
7. Указ Президента РФ от 10.10.2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года») // «Собрание законодательства Российской Федерации». — 14.10.2019. — № 41. – ст. 5700. URL: <https://base.garant.ru/72838946/> (дата обращения: 20.05.2025).
8. Цифровизация образования: задачи, инструменты, сложность. URL: <https://gb.ru/blog/tsifrovizatsiya-obrazovaniya/> (дата обращения: 04.05.2025).

© Ганиева Э.Ш., 2025

Ganieva Elvira Shakiryanovna
Senior Lecturer
Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: ganieva100@mail.ru

TOWARDS RELEVANT EDUCATION: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN THE PRACTICE OF FOREIGN LANGUAGE TEACHING

Abstract

This article examines the use of information and communication technologies in the educational activities of foreign language teachers during the era of digitalization. Special attention is given to artificial intelligence technologies, which are rapidly gaining momentum in the current stage of digital transformation. The author aims to explore what lies ahead for higher education in the near future and what opportunities and challenges artificial intelligence presents for foreign language educators. Another aspect addressed in the article is the alignment of education with societal demands, which leads to the proposed use of the term "relevant education."

Keywords: digitalization, digital transformation, information and communication technologies, Goethe-Institut, artificial intelligence, relevant education.

УДК 81

Даминова Розалия Ахметовна
Кандидат филологических наук, доцент
Доцент, Уфимский университет науки и технологий,
Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации
e-mail: daminowa@mail.ru

ФОНЕТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ В ИЗУЧЕНИИ СУГГЕСТИВНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ВЕРБАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ

Аннотация

В статье обсуждаются исследования, выполненные в рамках психолингвистического подхода к изучению суггестивных ресурсов верbalных моделей, таких как единицы ядра ментального лексикона; представлены результаты, полученные путем изучения их ассоциативной активности на фонетическом уровне, который позволяет декодировать и формализовать ассоциативную особенность обсуждаемых вербальных моделей.

Ключевые слова: фонетический уровень, ассоциативная активность, суггестивные возможности, единицы ядра ментального лексикона.

Ассоциативная активность, как отмечает Т. М. Рогожникова, представляет собой универсальный динамический принцип с большими суггестивными возможностями, а латентность суггестивного потенциала языка относится к самой большой проблеме при изучении языковых ресурсов [11]. Трудность заключается в поиске методов и инструментов, которые могут эксплицировать скрытые от непосредственного наблюдения явления. Анализ литературы привел нас к работам по изучению фонетического уровня языка, который открывает доступ к неосознаваемой (латентной) составляющей ассоциативной структуры значения – «фонетическому значению слова» [6].

Одним из инструментов для изучения фонетической значимости слова является компьютерная программа фоносемантического анализа слова и текста ВААЛ [12]. Основу программы составляют 24 шкалы с антонимичными прилагательными-признаками. В исследовании Р. А. Даминовой изучалась фонетическая значимость в ассоциативной структуре значения слова и применялась одна базовая шкала оценки «хороший – плохой» [2]. В качестве исследуемого материала были выбраны единицы ядра ментального лексикона носителей русского языка [8]. Вначале фоносемантический анализ прошли 75 единиц, которые рассматривались как слова-стимулы. Затем анализировались их коллективные ассоциативные поля, полученные в ходе свободных ассоциативных экспериментов и представленные в Русском ассоциативном словаре [15]. В результате установлено, что 73% положительных единиц содержат 72% отрицательных ассоциативных поля. С целью верификации полученного результата был проведен цепной ассоциативный эксперимент, где словами-стимулами явились 19 единиц ядра с высоким коэффициентом «положительной» фоносемантической оценки. Индивидуальные ассоциативные поля, полученные в ходе проведения эксперимента от 100 испытуемых, подверглись фоносемантическому анализу. Тенденция функционирования единиц ядра по принципу несоответствия их фоносемантических характеристик подтвердилась. Так как главной особенностью указанных единиц является их высокая способность вступать в ассоциативные связи с другими словами, что выражается в объективной характеристике – частотности, отражающей их функциональный вес в ассоциативно-сетевой структуре ментального лексикона, была выявлена закономерность взаимодействия единиц ядра с их ассоциативным окружением. Функционируя в режиме фоносемантического несоответствия, единицы ядра приводят ассоциативный процесс к статическому равновесию: останавливают его на короткий период, образуя временную ассоциативную связь. Данная временная ассоциативная связь – это момент, называемый в психофизиологии торможением, или – используя метаязык Т. М. Рогожниковой для описания силы верbalных моделей – моментом воздействия.

Т. М. Рогожникова исследовала единицы ядра ментального лексикона носителя русского языка, используя компьютерную программу фоносемантического анализа СЛОВОДЕЛ [13] с функцией изучения влияния текста на ритмы мозга. В результате Т. М. Рогожникова пришла к выводу: «Ядро в целом функционирует при полной синхронизации биопотенциалов со знаком

плюс. При анализе ритмов мозга, характерных для единиц ядра, из положительных и отрицательных зон практически не выявлено альфа- и бета-ритмов, основных ритмов бодрствующего сознания. Ядро ментального лексикона – это идеально воздействующий на сознание и подсознание индивида суггестор» [9; 10].

Как было отмечено выше, ассоциативная активность 19 единиц ядра изучалась в пространстве, ограниченном базовой шкалой фактора оценки «хороший – плохой», которая является одной из 24 шкал программы ВААЛ. В настоящее время анализируется взаимодействие единиц ядра с их ассоциативным окружением в расширенном пространстве признаков, т.е. на всех 24 шкалах. Алгоритм компьютерного анализа фоносемантической оценки слов строится на методе семантического дифференциала [16], который с помощью факторного анализа анализирует матрицу корреляций между шкалами, а факторы оценки, силы и активности объединяют реакции на заданный стимул. Реконструируя семантическое пространство в виде таблицы (см. Рис. 2), мы имеем возможность анализировать психологические компоненты значения слова, а именно «компоненты общей эмоционально-оценочной реакции субъекта на значащий стимул» [14]. Отображение стимулов в этом пространстве в виде векторов определенной направленности указывает наиболее общие качественные и количественные параметры реакций испытуемых.

Результаты взаимодействия слова-стимула ЛЕС с его ассоциативным окружением, которые представлены в данной статье дополняют исследования ассоциативной силы единиц ядра: *море, любовь, боль, вода, ночь, дом* – в расширенном семантическом пространстве признаков и описаны в работах Р. А. Даниновой [7; 4; 5]. В указанных публикациях, как и в данной работе, используется ассоциативный словарь, который отличается стимульным материалом (единицы ядра ментально лексикона), методом получения ассоциативных реакций (метод цепных реакций) и структурой ассоциативных полей. Приведем фрагменты словарной статьи на слово-стимул *ЛЕС* от испытуемых №1, №6, №8, №28, №42, №70, №79 и №100. Материал печатается в оригинальной версии [1, 208–211].

ЛЕС

Испытуемые: женщины

№1: ветки; белки; шишки; прогулка; сырость; холод; ветер; шелест; сапоги; мысли; 10

....

№6: осенний лес; шуршащие листья; прогулка рано утром; большие красные кленовые листья; солнце сквозь листья, когда запрокинешь голову; лицо любимого на фоне солнца; 6

...

№8: много деревьев; природа; чистый воздух; живность повсюду; солнце светит сквозь кроны деревьев; везде голоса; пение птиц; а иногда лес – это опасность заблудиться и потеряться, встретиться со страшным зверем, но

надеюсь, не так часто; ходить в лес по грибы, по ягоды; удовольствие от похода в лес; а зимой лес какой-то пустынный, неприветливый, лысый; 10

...

№28: кукушка; хор миллионов листьев; голоса; радость от увиденного; дерево; жизнь; целое из множества частей; 7

...

№42: невероятно красивое место, которое таит множество тайн и удивительных вещей; лес – это сказочный уголок на нашей земле; лес – это жизнь и безмерная красота; 3

...

Испытуемые: мужчины

...

№70: представил горы, сосновый лес, мостик, мелководную речушку с камнями; умиротворение; таинственный лес; ночь; эльфы; много образов и ассоциаций с фантастическим миром (ближе к мирам Толкиена, смешанным с суровым средневековьем); 5

...

№79: красота; зелень; дикие животные; птицы; грибы; дрова; ягоды; пожар; кислород; насекомые; ветер; темнота; ель; деревья; кусты; охота; болота; реки; озера; пни; змеи; 21

...

№100: в нашей стране очень живописный; в лесу приятно находится; лес – это спасение для человека, живущего в городе; лес – это жизнь, вдохновение, отдушина; 4

Рассмотрим вначале на Рис. 1 семантическое пространство признаков слова-стимула ЛЕС. По максимально проявленными признаками в факторе оценки можем заключить, что слово *лес* производит впечатление чего-то *безопасного, хорошего, красивого, гладкого, округлого, доброго, светлого*. Отметим также, что такие признаки, например, как *нежный, женственный*, в факторе силы и признак *радостный* в факторе активности приемлемы только метафорически для построения предложений типа *лес очень нежный, лес очень радостный*. Переход к метафорическому использованию, как отметила А. А. Залевская, означает, что шкалы в семантическом пространстве должны быть повернуты в сторону фактора, по которому они имеют доминантную нагрузку [7].

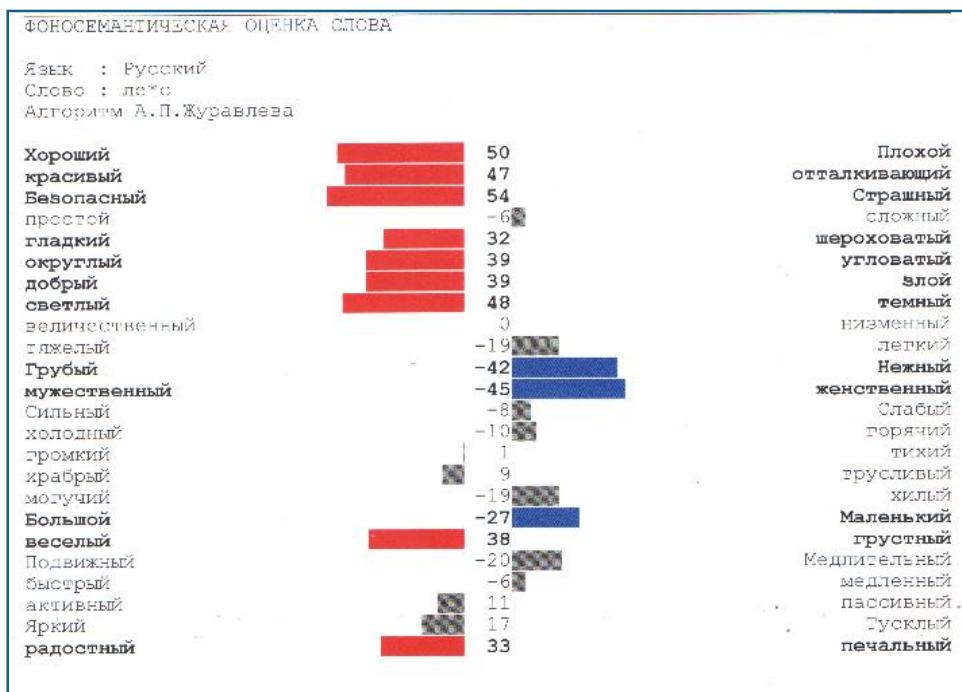


Рис. 1. Результат фоносемантического анализа слова-стимула ЛЕС.

Следуя алгоритму изучения ассоциативной активности единиц ядра, сформируем ассоциативное поле слова-стимула ЛЕС из первых реакций 100 испытуемых, выделим в нем ядро из наиболее частотных слов-реакций с частотностью больше 1, количество которых равно 62. Периферию ассоциативного поля образуют 38 единичных реакций. Каждое слово из ядерной зоны (они выделены курсивом), подвергнем фоносемантическому анализу, а их числовые коэффициенты, значимо отклоняющиеся от нейтральных зон биполярных шкал, т.е. со значением больше 25 занесем в таблицу (Рис. 2).

ЛЕС: деревья 19; густой 6; зеленый 6; темный 6; дремучий 5; большой 4; дерево 3; грибы 3; хвойный 2; трава 2; темно 2; тишина 2; много деревьев 2; братья Гrimm 1; в нашей стране очень живописный 1; ветки 1; висячий камень 1; вода 1; высокий 1; глушь 1; доброта 1; дрова 1; звуки 1; зеленый цвет 1; зелень 1; знакомый 1; красивый 1; красота 1; кукушка 1; кусты 1; лес 1; невероятно красивое место, которое таит множество тайн и удивительных вещей 1; объединение 1; отдых 1; однажды из лесу в зимнюю пору 1; опушка 1; осенний лес 1; пасмурный 1; пенёк 1; полевки 1; представил горы, сосновый лес, мостики, мелководную речушку с камнями 1; природа 1; роща 1; светлый 1; скрытность 1; сосиски 1; сосны 1; страшный 1; сумрак 1; таинственность 1; флора и фауна 1; **100+ 51+0+38**

Подчеркнем, что числовые коэффициенты репрезентируют реакции на соответствующих шкалах. Например, словом деревья отреагировали 19 испытуемых, значит на шкале добрый – злой с коэффициентом +41 мы имеем 19 реакций, слово густой дает нам 6 реакций, ассоциаты дерево и много деревьев 3 и 2 реакции соответственно. Следовательно, на шкале добрый – злой зарегистрировано 30 реакций. Затем суммируем реакции и заносим их

количество в соответствующий столбец таблицы, где учитываются реакции по шкалам и по факторам. По количеству реакций, объединенных в областях факторов оценки, силы или активности, выделяем доминирующую.

| № шкалы | Первые реакции, составляющие ядро ассоциативного поля единицы ядра лес | | | | | | | | | | | | Кол-во реакций | | |
|---|--|--------|--------|----------|---------|---------|-------|--------|----------------|-------|--------|-------|----------------|-----------|-------------|
| | деревья | густой | темный | древучий | зелёный | большой | грибы | дерево | много деревьев | темно | тишина | трава | хвойный | На шкалах | По факторам |
| Количество стереотипных реакций | 19 | 6 | 6 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | | |
| 1 хороший - плохой | | | | | | | | | +26 | | | -33 | 4 | оценка | 78 |
| 2 красивый - отталкивающий | | | | | | | | | | | | -28 | 2 | | |
| 3 безопасный - страшный | | | | | | | | | | | | -31 | 2 | | |
| 4 простой - сложный | | | | | | | | | | | | | 0 | | |
| 5 гладкий - шероховатый | | | | | | -34 | | | | | | -36 | 7 | | |
| 6 округлый - угловатый | | | | | | | | | | | | -27 | 2 | | |
| 7 добрый - злой | +41 | -29 | | | | | | +45 | +40* | | | | 30 | | |
| 8 светлый - темный | +34 | | | | +26 | | | +33 | +30* | | | -34 | 31 | | |
| 9 величественный - низменный | | | | | | | | | | +34 | -26 | 4 | | сила | |
| 10 тяжелый - легкий | | | | | | | | | | | | | 0 | | |
| 11 грубый - нежный | +26 | +25 | | | | +29 | +36 | | | +28 | +26 | 23 | | | |
| 12 мужественный - женственныи | +44 | | +32 | | | +32 | +44 | | +38 | | +36 | +29 | 24 | | |
| 13 сильный - слабый | +28 | | | | | | +29 | | | -32 | +25 | | 13 | | 106 |
| 14 холодный - горячий | | | | | | | +34 | | +35 | | | | 5 | | |
| 15 громкий - тихий | | | | | | +26 | | | | -27 | -47 | | -26 | 10 | |
| 16 храбрый - трусливый | | | | | | +28 | | +26 | | | | +29 | | 9 | |
| 17 могучий - хилый | | | | | | +44 | +29 | | +42 | | +37 | | 11 | | |
| 18 большой - маленький | | | | | | | +36 | | +38 | | +32 | | 7 | | |
| 19 веселый - грустный | +33 | | | | +26 | | | +36 | +33* | | | | 29 | | |
| 20 подвижный - медлительный | | +26 | | | | +29 | | +26 | | | | | 13 | | |
| 21 быстрый - медленный | | | | | | | +32 | | | | | | 4 | | |
| 22 активный - пассивный | +33 | | | | | +32 | | +44 | +34* | | +25 | | 30 | | 139 |
| 23 яркий - тусклый | +34 | | | | +35 | +30 | | +30 | | -29 | -29 | | 35 | | |
| 24 радостный - печальный | +36 | | | | | | | +34 | +32* | -25 | | -31 | 28 | | |
| Количество интенсивно активированных шкал | 6 | 5 | 1 | 1 | 4 | 9 | 6 | 8 | 10 | 2 | 3 | 8 | 12 | | |

Рис. 2. Результат фоносемантического анализа первых ассоциативных реакций, входящих в ядро ассоциативного поля на слова-стимула ЛЕС.

Согласно представленной таблице, максимальное количество реакций, а именно 139, стянуто в область фактора активности, где выделяются шкалы с количеством реакций соответственно: «яркий – тусклый» – 35, «активный – пассивный» – 30. Числовые показатели признаков на шкалах в области фактора активности распределяются от значения 4 до 35. Шкалы этой области активированы словами деревья, густой, зеленый, большой, много деревьев, темно, тишина, хвойный. Признаки шкал силы и оценки проявлены меньше по сравнению с признаками шкал активности. Среди шкал силы выделяется шкала «мужественный – женственный», активированная ассоциатами густой, древучий, большой, грибы, много деревьев, трава, хвойный. Диапазон числовых значений проявленности признаков на шкалах фактора силы определяется значениями от 25 до 44, а количество реакций в нем – 106. Среди шкал фактора оценки, объединившим 78 реакций отличаются шкалы «добрый – злой» и «светлый – темный», признаки которых активированы ассоциатами деревья, густой, зеленый, дерево, много деревьев, хвойный. Проведенный факторный анализ обнаружил наибольшую значимость фактора активности для ассоциирования испытуемых. Активность выступает как «возбуждение-спокойствие» и указывает на кинетическую энергию, присутствующую в реакции, а также на ее динамичность и изменчивость во времени, необходимую для взаимодействия со стимулом [14].

Полученные данные по количеству реакций на слово-стимул ЛЕС, объединенных в областях факторов оценки (78), силы (106) и активности (139), можно рассматривать как один из вариантов реализации суггестивного ресурса обсуждаемой вербальной модели.

Библиографический список

1. Даминова Р. А. Исследование фоносемантических особенностей индивидуальных ассоциативных полей единиц ядра ментального лексикона // Галерея ассоциативных портретов: монография / Т. М. Рогожникова и др.; под общей редакцией Т. М. Рогожниковой. – Уфа. – 2009. – С. 200–265.
2. Даминова Р. А. Ассоциативная структура значения и фонетическая значимость слова: дис. ... канд. филол. наук. – Уфа. – 2010. – 200 с.
3. Даминова Р. А. Единицы ядра ментального лексикона в фоносемантическом пространстве [Электронный ресурс] // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2022. – № 4 (47). – С. 54–67. URL: <https://tl-ic.kursksu.ru/#new-number> ... (дата обращения: 18.06.2025).
4. Даминова Р. А. Фоносемантические показатели функционирования единиц ядра лексикона *вода* и *ночь* // Теория и практика языковой коммуникации: материалы XV Международной научно-методической конференции. – Уфа: РИЦ УУНИТ, 2023. – С. 53–61.
5. Даминова Р. А К вопросу о методах количественных измерений в психолингвистических исследованиях // Теория и практика языковой коммуникации: материалы XVI Международной научно-методической конференции. – Уфа: РИЦ УУНИТ, 2024. – С. 59–67. URL: <https://uust.ru/media/documents/digital-publications/2024/156.pdf> дата обращения: (20.06.2025).
6. Журавлев А. П. Фонетическое значение: Изд-во Ленингр. ун-та. – 1974. – 160 с.
7. Залевская А. А. Значение слова через призму эксперимента: монография. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2011. – 240 с.
8. Золотова Н. О. Ядро ментального лексикона как естественный метаязык: монография. – Тверь: Лиля Принт, 2005. – 204 с.
9. Рогожникова Т. М. Мозговые волны и ядро ментального лексикона // Слово и текст: психолингвистический подход: сб. науч. тр. – Тверь: Тверск. гос. ун-т, 2005. – Вып. 5. – С. 96–103.
10. Рогожникова Т. М. Идиосостояния семантики слова как реальный квантовый объект // Вопросы психолингвистики. – Вып. 2(10). – М.: ИЯ РАН; МИЛ, 2009. – С. 50–56.
11. Рогожникова Т. М. Психолингвистический подход к изучению суггестивных ресурсов верbalных моделей // Теория языка и межкультурная коммуникация. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2018. – №1 (28). URL: <http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/028-013.pdf> (дата обращения: 18.06.2025).

12. Шалак В. И., Дымшиц М. Н. Проект ВААЛ. Демонстрационные программы. – 2001. URL: <http://www.vaal.ru/prog/free.php> (дата обращения: 18.06.2025).
13. Черепанова И. Ю. Вербальная суггестия: теория, методика и социально-лингвистический эксперимент: дис... д-ра филол. наук. – Пермь, 1996. – 426 с.
14. Шмелев А. Г. Введение в экспериментальную психосемантику: теоретико-методологические основания и психодиагностические возможности: монография. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1983. – 158 с.
15. Русский ассоциативный словарь / Карапулов Ю. Н., Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф., Уфимцева Н. В., Черкасова Г. А. – М.: «Поморский и партнеры»; «ИРЯ РАН», 1994–1998. – Кн. 1–6.
16. Osgood C. E, Suci G. J., Tannenbaum P. H. The measurement of meaning. Urbana: University of Illinois Press, 1957. 346 p.

© Даминова Р.А., 2025

Daminova Rozaliya Achmetovna
 Candidate of Philological Science, associate professor
 Associate professor, Ufa University of Science and
 Technology
 Language and Communication Advanced Technology Department
 e-mail: daminowa@mail.ru

PHONETIC SIGNIFICANCE IN THE STUDY OF SUGGESTIVE CAPABILITIES OF VERBAL MODELS

Abstract

The article discusses the research carried out within the framework of the psycholinguistic approach to the study of suggestive resources of verbal models, such as units of the mental lexicon core. The results obtained by studying their associative activity at the phonetic level, which allows decoding and formalizing the associative specificity of the discussed verbal models are presented.

Keywords: phonetic level, associative activity, suggestive capabilities, units of the core of the mental lexicon.

АССОЦИАТИВНАЯ ЦВЕТНОСТЬ КАК ОТРАЖЕНИЕ СОДЕРЖАТЕЛЬНОСТИ ЯЗЫКОВОЙ ФОРМЫ НА ФОНЕТИЧЕСКОМ УРОВНЕ

Аннотация

В данной статье рассматривается идея содержательности языковой формы на фонетическом уровне. Анализируются различные термины, используемые для описания фонетического значения, носителя фонетического значения и ассоциативной цветности звукобукв языка. Особое внимание уделяется роли синестезии и интермодальных взаимодействий в формировании ассоциативной палитры и цветовой матрицы звуков. Обсуждаются результаты экспериментальных исследований, направленных на выявление ассоциативных связей между звуком и цветом, а также влияние цветового наполнения на восприятие вербальных моделей.

Ключевые слова: фонетическое значение, носитель фонетического значения, звукобуква, ассоциативная цветность, ассоциативная палитра, цветовая матрица, синестезия, интермодальность, языковое сознание.

Вопрос о том, обладает ли языковая форма содержательностью, как эта содержательность проявляется на различных уровнях языка, является одним из центральных в лингвистике. Исследования в области фоносемантики и звукосимволизма показали, что звуковая структура слова может вызывать определенные ассоциации и эмоциональные реакции у носителей языка [9; 3], что позволяет говорить о наличии фонетического значения, которое не всегда осознается говорящими. Одним из проявлений этой содержательности является феномен ассоциативной цветности, заключающийся в том, что звуки языка могут вызывать определенные цветовые ощущения и образы [7].

Связь звука и цвета – это не просто любопытный феномен, но и отражение глубинных нейрофизиологических процессов, протекающих в мозге человека. Еще в античности философы и учёные высказывали предположения о существовании связи между звуком и цветом, однако, научное изучение этого

явления началось лишь в XIX веке. Было проведено множество исследований, подтвердивших, что звуко-цветовые соответствия имеют определенную структуру и закономерности [11; 17].

Изучение ассоциативной цветности имеет не только теоретическое, но и практическое значение. Понимание того, как звуки влияют на восприятие цвета, какие эмоции вызывают различные цветовые сочетания, может быть использовано в различных сферах, таких как реклама, дизайн, психотерапия, образование и другие. Например, при создании рекламных слоганов можно учитывать ассоциативную цветность звуков, чтобы вызвать у потребителя определенные эмоции и создать положительное впечатление о продукте. В дизайне интерьеров можно использовать звуко-цветовые соответствия для создания гармоничной и комфортной атмосферы. В психотерапии изучение ассоциативной цветности может помочь в выявлении скрытых эмоциональных проблем и улучшении состояния пациентов [12].

Несмотря на значительное количество исследований в этой области, вопрос о природе и механизмах ассоциативной цветности остается открытым. До сих пор нет единого мнения о том, что является носителем фонетического значения: звук или звукобуква – и как именно формируются связи между звуком и цветом в сознании человека. Требуется дальнейшее изучение динамики ассоциативной цветности и ее влияния на восприятие верbalных сообщений в различных лингвокультурных контекстах.

В связи с этим целью данной статьи является систематизация существующих знаний об ассоциативной цветности вербальных моделей, анализ динамики цветового значения и представление разработанных инструментов для его автоматизированного анализа. Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- Проанализировать теоретические подходы к изучению звуко-цветовых соответствий и интермодальных ассоциаций.
- Обобщить результаты экспериментальных исследований, направленных на выявление ассоциативной палитры звуков и цветового значения слова и текста [5].
- Представить разработанную спиралевидную модель цветового образа, позволяющую визуализировать структуру цветового значения [14, 417–424].
- Описать функциональные возможности разработанного программного обеспечения для автоматизированного анализа вербальной информации [4].
- Оценить влияние динамики цветового значения на вербальные модели и предложить перспективы использования результатов исследований для повышения эффективности коммуникации.

Изучение ассоциативной цветности опирается на широкий спектр теоретических концепций и экспериментальных данных, полученных в рамках лингвистики, психолингвистики, психологии, нейрофизиологии и культурологии. Одним из ключевых понятий в данной области является

синестезия, понимаемая как феномен межчувственных соответствий, когда стимуляция одной сенсорной модальности вызывает ощущения в другой [18, 242]. В частности, звуко-цветовая синестезия проявляется в том, что определенные звуки вызывают у человека непроизвольные цветовые ощущения.

Теоретической основой для изучения звуко-цветовых соответствий служат работы таких ученых, как А. П. Журавлев, который рассматривал звуковую ткань языка как источник впечатлений, сходных с восприятием цвета, и С. В. Кравков, исследовавший взаимодействие органов чувств и доказывавший, что зрительные функции зависят от состояния других органов чувств, в частности, слуха. Важную роль играет также концепция интермодальности, отражающая единство окружающего мира и взаимосвязь различных перцептивных систем [15].

В последние годы все большее внимание уделяется нейрофизиологическим аспектам звуко-цветовой синестезии. Исследования, проведенные с использованием методов нейровизуализации (например, МРТ и ЭЭГ), показали, что у синестетов наблюдается повышенная активность в определенных областях мозга, отвечающих как за обработку звуковой, так и зрительной информации. Было обнаружено, что при прослушивании определенных звуков у синестетов активируются области мозга, отвечающие за восприятие цвета, что свидетельствует о непосредственной связи между звуком и цветом на нейронном уровне.

При анализе звуко-цветовых соответствий необходимо учитывать влияние как универсальных, психофизиологических факторов, так и социокультурных. Гипотеза лингвистической относительности (гипотеза Сепира-Уорфа) предполагает, что язык и мышление взаимосвязаны, и что разные языки по-разному структурируют окружающую действительность [2], что может влиять на восприятие и понимание цвета. Согласно этой гипотезе, носители разных языков могут по-разному воспринимать и классифицировать цвета, что, в свою очередь, может влиять на их ассоциации с определенными звуками.

В противовес этому теория универсальности фокусных цветов утверждает, что существуют универсальные закономерности в возникновении и развитии цветонаименований в разных языках [1, 36–55]. Согласно этой теории, существуют «базовые» цвета, которые являются универсальными для всех культур и которые играют важную роль в организации цветового пространства. Эта теория не исключает возможности существования культурно-специфических ассоциаций между звуком и цветом.

Важным аспектом изучения ассоциативной цветности является также вопрос о носителе фонетического значения. Как отмечал А. П. Журавлев, не всегда ясно, что именно является носителем символической нагрузки: звук или звукобуква [9]. Звук является акустическим феноменом, а буква – графическим символом. В сознании носителя языка эти два элемента тесно связаны, и при восприятии звука часто возникает образ соответствующей буквы и наоборот. Это затрудняет выявление «чистой» ассоциативной связи между звуком и цветом.

В последнее время все большее внимание уделяется корпореальной семантике [13], которая рассматривает язык как воплощенное явление, неразрывно связанное с телесным опытом человека. С этой точки зрения, ассоциативная цветность может рассматриваться как отражение соматических корней семантики, как результат взаимодействия тела и разума в процессе познания мира. Эмоциональные реакции, которые вызывает звук, и телесные ощущения, связанные с определенным цветом, могут формировать устойчивую ассоциативную связь, которая затем закрепляется в языковом сознании.

Для изучения ассоциативной цветности звукобукв русского языка был применен комплексный подход, основанный на использовании ассоциативного эксперимента. Этот метод, широко применяемый в психолингвистике, позволяет выявить скрытые, неосознаваемые связи между языковыми единицами и другими стимулами, в частности, цветом. Преимущество ассоциативного эксперимента заключается в его способности «обходить» сознательный контроль испытуемого и выявлять глубинные, автоматизированные связи, сформированные в результате приобретения личного опыта и освоения культуры.

Для получения более полных и надежных данных был реализован многоэтапный эксперимент [4], включавший:

➤ *Свободный ассоциативный эксперимент.* Испытуемым предлагалось назвать первый цвет, который приходит на ум при предъявлении определенной звукобуквы. Этот этап был направлен на выявление наиболее спонтанных и непосредственных ассоциаций, отражающих индивидуальный опыт и эмоциональное состояние испытуемого. Важно отметить, что испытуемым не давалось никаких инструкций относительно того, какие критерии они должны использовать при выборе цвета, что позволяло максимально снизить влияние сознательного контроля.

➤ *Направленный ассоциативный эксперимент.* На этом этапе испытуемым предлагалось выбрать наиболее подходящий цвет из ограниченного списка. Использовались различные варианты: выбор из нескольких предложенных цветов (малая степень направленности) и выбор между двумя альтернативами (выбор однозначных соответствий). Эти этапы позволяли уточнить результаты, полученные на первом этапе, и выявить более осознанные и вербализованные ассоциации. Ограничение выбора стимулировало испытуемых к более тщательному анализу своих ощущений и к вербализации тех связей, которые могли остаться незамеченными на этапе свободного ассоциирования.

➤ *Постэкспериментальный опрос.* Опрос позволил получить информацию о наличии у испытуемых синестетических способностей, их осознанном отношении к звуко-цветовым соответствиям, а также об их стратегиях выполнения заданий. Этот этап был направлен на выявление индивидуальных особенностей восприятия и на понимание того, какие факторы влияли на выбор цвета в каждом конкретном случае.

➤ *Верификационный этап* (отсроченный ассоциативный эксперимент): Повторное проведение свободного ассоциативного эксперимента с той же группой испытуемых через некоторое время после основного этапа. Это позволило оценить устойчивость и воспроизводимость полученных результатов, а также выявить возможные изменения в ассоциативных связях под влиянием внешних факторов.

При обработке данных использовался принцип группировки ассоциаций по общности основания [10]. Это означает, что ответы испытуемых классифицировались на основе общих признаков, связывающих их с исходной звукобуквой, что позволяло выявить структуру ассоциативной палитры звуков [5, 93-99]. Например, если несколько испытуемых называли оттенки синего цвета в ответ на предъявление определенной звукобуквы, то эти ответы объединялись в одну категорию, характеризующейся общим признаком – синим цветом.

Для анализа полученных данных применялись как количественные, так и качественные методы. Количественный анализ включал определение частотности различных ассоциаций, расчет показателей стереотипности реакций и вычисление коэффициентов, характеризующих степень согласованности ответов испытуемых [16]. В частности, использовался коэффициент конкордации Кендалла, позволяющий оценить степень согласованности мнений нескольких экспертов (в данном случае, испытуемых) при ранжировании объектов (в данном случае, цветов). Также применялся метод факторного анализа, позволяющий выявить скрытые факторы, влияющие на формирование ассоциативных связей.

Качественная интерпретация была направлена на выявление универсальных и специфичных направлений звуко-цветовой ассоциативности, а также на выявление тенденций в ассоциативном поведении носителей языка. При этом учитывались как лингвистические характеристики звуков (артикуляторные признаки, место образования), так и культурные ассоциации, связанные с определенными цветами.

В результате проведенных экспериментов была получена обширная база данных по ассоциативной цветности звукобукв русского языка [4]. Анализ этих данных позволил составить цветовую матрицу звукобукв, которая представляет собой систематизированное описание устойчивых связей между звуками и цветами в сознании носителей языка [8].

Цветовая матрица звукобукв имеет сложную структуру и отражает как универсальные, так и индивидуальные особенности восприятия. Некоторые звуки характеризуются четкими и однозначными цветовыми ассоциациями, в то время как другие вызывают более широкий спектр цветов. Например, гласный звук «а» часто ассоциируется с красным цветом, что может быть связано с его артикуляторными особенностями (открытый рот, активная работа голосовых связок) и с его ролью в эмоционально окрашенных словах (например, «ах», «ай»). Согласный звук «с», напротив, часто ассоциируется с синим или голубым цветом, что может быть связано с его шипящим характером и ассоциациями с водой и прохладой.

Важно отметить, что цветовая матрица не является статичной, она подвержена изменениям под влиянием различных факторов. В частности, проведенное исследование выявило динамику ассоциативных связей [6], выражющуюся в изменении цветового наполнения ряда звукобукв по сравнению с результатами более ранних исследований. В частности, была обнаружена тенденция к «осветлению» цветовой палитры некоторых звуков, что может свидетельствовать об изменении культурных ассоциаций и влиянии новых факторов на восприятие языковых единиц.

Так, было установлено, что звукобуквы «в», «л», «п», «т», «х» ранее ассоциировавшиеся с темными цветами (черный, коричневый), стали чаще ассоциироваться со светлыми цветами (голубой, серый). Это может быть связано с изменениями в общественном сознании, ростом влияния визуальной культуры и стремлением к оптимизму и позитивному восприятию мира.

Цветовая матрица звукобукв легла в основу специализированного программного обеспечения «БАРИН», предназначенного для автоматизированного анализа звуко-цветовых соответствий в слове и тексте. Это программное обеспечение позволяет не только определять цветовое наполнение текста на основе частотности различных звукобукв, но и визуализировать результаты анализа в виде диаграмм и цветовых карт.

Полученные результаты позволяют рассматривать ассоциативную палитру звуков русского языка как функциональную психолингвистическую модель [5], отражающую сложные взаимосвязи между звуком и цветом в языковом сознании носителей языка. Эта модель дает возможность не только описывать существующие звуко-цветовые соответствия, но и анализировать их влияние на восприятие и понимание верbalных сообщений различного типа.

В рамках данного исследования ассоциативная цветность рассматривается как один из факторов, формирующих языковое сознание индивида. Связи между звуком и цветом, зафиксированные в цветовой матрице, отражают не только индивидуальные предпочтения, но и общие для данной лингвокультурной общности представления о мире, эмоциональные и когнитивные установки. Фонетическое значение звуков, таким образом, оказывается тесно связанным с их эмоциональной окраской и коннотативными значениями цветов [17], что, в свою очередь, оказывает влияние на восприятие и понимание вербальных сообщений.

В частности, ассоциативная цветность может оказывать существенное влияние на восприятие различных типов текстов:

– *Научные тексты*. В научных текстах, где важна точность и объективность, преобладание «холодных» и нейтральных цветов (синий, серый, белый) может способствовать созданию атмосферы рациональности и достоверности. Использование же «теплых» и ярких цветов может восприниматься как отступление от научного стиля и вызывать сомнения в объективности автора.

– *Рекламные тексты*. В рекламных текстах, напротив, активное использование ассоциативной цветности может быть эффективным

способом привлечения внимания и создания определенного эмоционального настроя. Например, использование красного цвета может вызывать ассоциации со страстью и энергией, а использование зеленого – с природой и здоровьем. Звуковая организация рекламных слоганов также может быть подобрана таким образом, чтобы усилить желаемый эффект.

– *Художественные тексты*. В художественных текстах ассоциативная цветность может использоваться для создания ярких и запоминающихся образов, для передачи настроения и эмоционального состояния персонажей. Звукопись и аллитерация, основанные на звукоцветовых соответствиях, могут усиливать художественное воздействие текста на читателя.

Понимание ассоциативной цветности позволяет не только анализировать существующие тексты, но и создавать новые, учитывая особенности восприятия целевой аудитории. Тексты, учитывающие ассоциативную цветность, могут быть более эффективными в плане передачи информации, формирования определенного отношения к объекту и вызова желаемой эмоциональной реакции.

Проведенный анализ теоретических и эмпирических данных позволил обосновать значимость ассоциативной цветности как аспекта символики звуков речи и фактора, влияющего на формирование языкового сознания. Изучение ассоциативной цветности требует комплексного подхода, учитывающего как лингвистические, так и психолингвистические факторы, а также данные из области психологии, нейрофизиологии и культурологии. Особое внимание было уделено роли синестезии и интермодальных взаимодействий в формировании звукоцветовых соответствий и их влиянию на восприятие вербальных моделей.

Представленные результаты экспериментальных исследований, в частности, разработанная цветовая матрица звукобукв, позволяют не только описывать существующие ассоциативные связи между звуками и цветами, но и анализировать их динамику и влияние на восприятие языковых единиц.

Результаты описанных исследований позволяют приблизиться к пониманию универсальных и специфических особенностей формирования цветового значения, открывая новые перспективы в области психолингвистики, лингвокультурологии и коммуникативистики.

Библиографический список

1. *Василевич А. П., Кузнецова С. Н., Мищенко С. С. Цвет и названия цвета в русском языке.* – М.: КомКнига, 2005. – 216 с.
2. *Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание.* – М.: Русские словари, 1996. – 416 с.
3. *Воронин С. В. Основы фоносемантики.* – Изд. 2-е, стереотип. – М.: Ленанд, 2006. – 248 с.
4. *Ефименко Н. В. Ассоциативная структура цветового значения слова и текста: дис. ... канд. филол. наук.* – Уфа, 2011. – 208 с.

5. Ефименко Н. В. Моделирование цветового образа слова и текста // Вестник Челябинского государственного университета: Научный журнал. – Филология. Искусствоведение. – Вып. 56. – Челябинск: Изд-во ЧелГУ, 2011. – № 20 (235). – С. 93–99.
6. Ефименко Н. В. Динамическая природа психологической структуры цветового значения слова и текста // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – Вып. 78. – № 16 (307). – Челябинск: Изд-во ЧелГУ, 2013. – С. 52–56.
7. Ефименко Н. В. Семантическая взаимотрансляция содержания различных модальностей: ассоциативная цветность // Теория языка и межкультурная коммуникация: Электронный научный журнал. – Курск: Курский гос. ун-т, 2018. – № 1 (28). URL: <https://tl-ic.kursksu.ru/magazine/archive/number/108> (дата обращения 05.05.2025).
8. Ефименко Н. В. Цветовая матрица звукобукв русского языка: количественный и качественный анализ экспериментальных данных// Теория языка и межкультурная коммуникация: Электронный научный журнал. – Курск: Курский гос. ун-т, 2018а. – № 1 (28). URL: <https://tl-ic.kursksu.ru/magazine/archive/number/108> (дата обращения 05.05.2025).
9. Журавлев А. П. Фонетическое значение. – Л.: ЛГУ, 1974. – 148 с.
10. Залевская А. А. Вопросы организации лексикона человека в лингвистических и психолингвистических исследованиях. – Калинин: Калинин. гос. ун-т, 1978. – 88 с.
11. Кравков С. В. Взаимодействие органов чувств. – М.-Л.: Изд-во Академии наук СССР, 1948. – 128 с.
12. Люшер М. Цвет вашего характера. – М.: Вече, Персей, АСТ, 1996. – С. 11–245.
13. Рогожникова Т. М. Стратегии ассоциирования и соматические корни семантики // Слово и текст: психолингвистический подход. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2004. – Вып.3. – С. 102–111.
14. Рогожникова Т. М. История одной модели // Теория и практика языковой коммуникации: материалы Международной научно-методической конференции. – Уфа: УГАТУ, 2010. – С. 417–424.
15. Рогожникова Т. М. Автоматизированный анализ вербальной информации как декодирование суггестивного потенциала языковой системы // Вестник УГАТУ. – Т. 18. № 2 (63). – Уфа: УГАТУ, 2014. – С.113–124.
16. Соломаха В. А. Современные тенденции выделения поля // Психолингвистические исследования: слово и текст. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2002. – С. 95–101.
17. Яньшин П. В. Психосемантика цвета. – СПб.: Речь, 2006. – 369 с.
18. Cytowic R. E. Synesthesia: A Union of the Senses. – 2nd ed. – Cambridge: MIT Press, 2002. – 424 p.

© Ефименко Н.В., Ефименко В.В., 2025

Efimenko Natalia Vyacheslavovna
Candidate of Philological Science, associate professor
Associate professor,
Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department,
e-mail: efimenko@ufanet.ru

Efimenko Vladimir Vladimirovich
Student of group IVT KAID-102M
Ufa University of Science and Technology,
Computational Mathematics and Cybernetics Department
e-mail: MrRimidalV@yandex.ru

ASSOCIATIVE COLORITY AS A REFLECTION OF MEANINGFULNESS IN LINGUISTIC FORM AT THE PHONETIC LEVEL

Abstract

This research review explores the idea of meaningfulness in linguistic form at the phonetic level. It analyzes various terms used to describe phonetic meaning, the carrier of phonetic meaning, and the associative colority of language soundletters. Particular attention is given to the role of synesthesia and intermodal interactions in the formation of the associative palette and color matrix of sounds. The results of experimental studies aimed at identifying associative connections between sounds and colors, and the influence of color filling on the perception of verbal models are discussed.

Keywords: *phonetic meaning, the carrier of phonetic meaning, soundletters, associative colority, associative palette, color matrix, linguistic consciousness, synesthesia, intermodality.*

Закорко Светлана Валерьевна

Кандидат филологических наук

Доцент, Уфимский университет науки и технологий,
Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации
e-mail: svetlana_zakorko@mail.ru

НАВЫКИ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ КАК НЕОБХОДИМЫЙ КОМПОНЕНТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА

Аннотация

В данной статье речь идет о публичном выступлении как необходимом компоненте профессионального имиджа, говорится о важности умения воздействовать на человека при помощи речи, правильно сформулировать мысль и донести ее до аудитории. Автором отмечается, что для человека, чья деятельность так или иначе связана со взаимодействием с людьми, публичное выступление является основным инструментом установления контакта с аудиторией. В работе подчеркивается, что именно устная форма выступления является наиболее эффективной.

Ключевые слова: аудитория, имиджелогия, оратор, профессиональный имидж, публичное выступление, риторика, устная речь, эффективное общение.

В современном обществе все более привлекательной становится личность, являющаяся специалистом в сфере публичного выступления. Человек, обладающий мастерством ораторского искусства, вызывает к себе расположение, уважение, интерес, его запоминают, такому человеку доверяют, он имеет возможность повлиять на мнение окружающих. Публичное выступление – это процесс передачи информации. Суть данного процесса заключается в оказании влияния на аудиторию и убеждении в правильности своих суждений.

Общеизвестно, что наука об искусстве публичного выступления называется *риторикой*, которая происходит от греческого *rhetorike*, что в переводе означает «ораторское искусство». В наши дни важно уметь воздействовать на человека при помощи речи, правильно формулировать и доносить свою мысль. Данный навык является частью *профессионального имиджа*.

В процессе изучения дисциплины «Технологии эффективных деловых и научных коммуникаций» одним из заданий стало написание сочинения на тему «Что такое профессиональный имидж?» учащимися 1 курса разных специальностей факультета авиационных двигателей ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий». Данный вид работы был выполнен 50 студентами.

Заявленная тема была выбрана неслучайно. В современном мире все более значимым становится понятие «имиджа» вообще и «профессионального имиджа» в частности. Особенно это имеет большое значение для молодых специалистов и выпускников вузов.

Отметим, что в России «имиджелогия» – довольно молодая наука. Данный термин был введен в 1990 году В. М. Шепелем, который является ведущим специалистом в данной области. По его мнению, имиджелогия – это наука и искусство нравиться людям. Ее задача заключается в создании привлекательного и запоминающегося образа, который способствует успеху в карьере, личной жизни, общественной деятельности [1].

Под термином «профессиональный имидж» мы понимаем представление, которое создает человек о себе в глазах коллег, руководства и окружающих [3]. Как полагают многие студенты, это образ жизни человека, то, как его видит общество. Наряду с такими основными аспектами профессионального имиджа, как внешний вид, поведение, общение, профессиональные и личностные качества человека, обучающиеся выделяют *искусство публичного выступления как необходимый компонент*.

Для человека, чья деятельность так или иначе связана со взаимодействием с людьми, публичное выступление является основным инструментом установления контакта с аудиторией. На первый взгляд, главное в публичной речи – это то, что вы говорите. Однако известно, что одна и та же информация, полученная от разных людей, может вызывать совершенно противоположную реакцию. Одного человека приятно слушать, другой же может вызвать отторжение. Следовательно, важной составляющей публичного выступления является то, как вы говорите. Каждому человеку присуще в той или иной степени молодая учительница, проводя первый самостоятельный урок в школе, держала перед собой небольшую бумажку, в которую иногда заглядывала. Урок прошел успешно, и ученики, окружив ее на перемене, спросили, что было написано в бумажке, и почему она туда все время заглядывала. Учительница протянула им бумажку, на которой было крупно написано ее собственной рукой: «Не бойся, они тебя не съедят». Действительно, никто вас не съест» [4, 103].

Интонация, голос также являются неотъемлемой частью публичного выступления. Речь должна быть выразительной, выступление не должно быть монотонным. Спикер может очень тихо/громко, быстро/медленно говорить, что может оттолкнуть слушателей. Поэтому важно определить, какая часть выступления должна звучать более оживленной, какая более спокойной. В зависимости от этого ускорять темп речи, понижать или повышать громкость. Громкость голоса имеет особое значение в публичной речи. Громкий голос поневоле заставляет слушать, исключая возможность возразить. Принято считать, что человек, который говорит громко, априори говорит правду. Громкий голос демонстрирует силу и убежденность в своей правоте.

Грамотная и правильная речь является важной составляющей устного выступления [5]. Спикер, умеющий грамотно и понятно выражать свои мысли, имеет больше шансов завоевать уважение и благосклонность аудитории. Его

будут слушать с большим интересом, меньше будут отвлекаться. При дальнейшей работе, а именно при построении диалога с публикой, слушатели охотно примут участие в обсуждении материала, будут отвечать на вопросы, а также задавать их, тем самым показывая свою заинтересованность в предлагаемой теме. Необходимо уметь говорить «культурно»: не повышать резко голос, не употреблять грубые слова, правильно ставить ударения в словах, не торопиться, соблюдать нормы речевого этикета. Важно уметь четко и понятно выражать свои мысли, используя правильные грамматические, лексические и стилистические нормы языка. Мы привыкли думать, что человек, который грамотно разговаривает, умен, порядочен, хорошо разбирается в том, о чем он говорит. Поэтому мы склонны доверять таким людям, считая, что «положительный» человек плохого не посоветует. «Человека, соблюдающего нормы речевого этикета, в обществе замечают и выделяют из окружающих, его охотнее слушают, проявляют большее внимание к нему как к личности, к тому, что он говорит, охотнее идут ему навстречу. Культурная, этикетная речь вызывает доверие» [4, 33]. Четкая и понятная речь способствует лучшему пониманию спикера, уменьшает вероятность недопонимания и ошибок. Ошибки в речи могут вызвать сомнения в компетентности и профессионализме.

Если внимание аудитории становится рассеянным, допускается сделать паузу. Считается, что слушатели способны удерживать свое внимание на одном объекте не более 15–20 минут. Можно перевести внимание на другую тему, изменить темп голоса, дать какое-либо задание. Например, при обсуждении видов публичного выступления, первокурсникам было предложено упражнение, где необходимо было определить, к какому виду публичного выступления относятся приведенные словосочетания: *выступление кандидата на выборах перед избирателями; объявление соискникам о завтрашней экскурсии; устный отчет о проделанной работе на профсоюзном собрании; выступление на митинге; представление курсу почетного гостя; тост, который отец произносит на юбилее своего начальника; поздравление ректором выпускников вуза; анекдот для публики; поздравление школьником учительницы с праздником 8 марта от имени класса; инструкция, как играть в какую-либо игру для детей в лагере отдыха; похвальное слово школе (на выпускном вечере); речь о вреде курения перед учащимися; рассказ попутчикам о себе (в поезде дальнего следования)...* [4, 68].

Подводя итог, следует сказать, что овладение ораторским мастерством благоприятно воздействует на формирование профессионального имиджа. Разделяя точку зрения И. А. Стернина, отметим, что оратору необходим имидж компетентного, знающего, убежденного в своей правоте человека [4, 47]. Для того, чтобы стать хорошим оратором, необходимо много работать над собой. Публичные выступления – это искусство и навык, которые можно развивать и совершенствовать. Сегодня конкуренция в различных сферах жизнедеятельности высока. Как отмечает Е. А. Ножин, ораторское искусство – это «деятельность, овладеть которой можно, если даже у человека нет для этого особых данных. Всякий грамотный человек в результате упорного труда может

овладеть основами ораторского искусства, т.е. умением произносить речь перед аудиторией доходчиво, увлекательно и убедительно» [2, 9]. Успех зависит не только от профессиональных качеств, но и от умения правильно представить себя окружающим.

Библиографический список

1. *Имиджелогия. Как нравиться людям / под ред. В. М. Шепеля. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с.*
2. *Ножин Е.А. Основы советского ораторского искусства. – М. – 1981. – 352 с.*
3. *Овчинникова А. М., Шульга Н. В. Основы имиджелогии: Конспект лекций / А. М. Овчинникова, Н. В. Шульга. – Омск: Омский гос. ун-т путей сообщения, 2019. – 55 с.*
4. *Стернин И. А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / И. А. Стернин. – 5-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 272 с.*
5. *Левчаева Н. В. Публичное выступление как эффективное средство повышения качества обучения студентов // Мир науки и образования. – 2015. – №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/publichnoe-vystuplenie-kak-effektivnoe-sredstvo-povysheniya-kachestva-obucheniya-studentov> (дата обращения: 04.06.2025).*
6. *Публичные выступления: 7 советов от Станиславского, как научиться выступать. URL: <https://getcompass.ru/blog/posts/publichnye-vystupleniya> (дата обращения 21.05.2025)*

© Закорко С.В., 2025

Zakorko Svetlana Valerievna
Candidate of Philological Science
Associate professor
Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: svetlana_zakorko@mail.ru

PUBLIC SPEAKING SKILLS AS AN ESSENTIAL COMPONENT OF A PROFESSIONAL IMAGE

Abstract

This article discusses public speaking as an essential component of a professional image. It highlights the importance of influencing others through speech, articulating ideas effectively, and conveying messages to an audience. Public speaking is a crucial tool for individuals who engage in activities that involve interacting with people. The article emphasizes that oral presentations are the most effective way to connect with an audience.

Key words: audience, imageology, speaker, professional image, public speaking, rhetoric, oral speech, effective communication.

УДК 81

Илиязова Айля Реджеб
Доктор филологии, доцент
Шуменский университет им. Епископа Константина Преславского,
кафедра Германстики
E-mail: a.iliyazova@shu.bg

ПРОБЛЕМА ИМПЛИЦИТНОГО ОТРИЦАНИЯ И ЕГО ОТРАЖЕНИЕ В НЕМЕЦКОЙ И БОЛГАРСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ¹

Аннотация

Настоящее исследование представляет собой попытку провести сопоставительный анализ фразеологических единиц в немецком и болгарском языках, используя в качестве «tertium comparationis» семантическую категорию «языковая негация». Анализируемый материал включает фразеологизмы, которые не содержат в своей структуре отрицательных элементов, но их семантика является категорически отрицательной и направлена на выражение несогласия, запрещения, отрицательного отношения, неприязни и т.д. Имплицитно в семантике сопоставляемых фразеологических единиц присутствует отрицание, которое становится явным через триаду стимул – контекст – интерпретация. В рамках языковой негации реализуются различные значения: отрицание, исключение, возражение, отсутствие или невозможность выполнения действия.

Ключевые слова: имплицитно выраженное отрицание, фразеологизмы, немецкая и болгарская фразеология, сопоставление, семантические группы, семантика.

Языковое отрицание – это семантическая категория, в рамках которой реализуются различные значения: исключение, отрицание, возражение, лишение или отсутствие. Существует два варианта реализации: эксплицитное и имплицитное выражение значений. Большинство исследований в немецкоязычной и болгароязычной специализированной литературе сосредоточены на эксплицитно выраженнном (с помощью различных языковых единиц) отрицании. Однако в последние несколько десятилетий исследовательский интерес всё больше расширяется в направлении имплицитно

¹ Исследование осуществляется в рамках Научно-исследовательского проекта РД-08-102/05.02.2025 г. «Между традицией и инновациями: гуманитарные науки в цифровую эпоху» кафедры Германстики ШУ им. Епископа Константина Преславского. Перевод с болгарского на русский язык Н. Недялкова.

выраженного отрицания. Особенно категорично и экспрессивно выражается отрицание через фразеологизмы (причём с их помощью оно может быть передано как эксплицитно, так и имплицитно) [4; 11; 12].

Целью данной работы является исследование имплицитно выраженного отрицания в сопоставительном аспекте (немецкий и болгарский языки), а объектом сравнительного анализа являются фразеологические единицы, не содержащие в своей структуре элементов отрицания, но семантика которых категорически отрицательна и указывает на несогласие, нежелание, неумение, незнание или запрещение. С их помощью говорящий отрицает высказывание или выражает свое негативное отношение к нему. Имплицитно их семантика включает в себя отрицание, которое проявляется через конкретные стимулы, разворачивается в контексте и требует соответствующей правильной интерпретации, т.е. через триаду: стимул – контекст – интерпретация [10, 70].

По мнению Е. Г. Казимянец, имплицитно выраженное отрицание встречается гораздо чаще во фразеологизмах, чем в свободных словосочетаниях [4, 212]. Кр. Чакърова относит их к лексическим модификаторам отрицательной полярности в современном болгарском языке [18, 258].

Фразеология – это динамичная область, в которой можно обнаружить как специфическое лингвистическое и культурное наследие определённого языкового и культурного сообщества, так и некоторые современные тенденции, касающиеся понятия концепта как элементарной единицы человеческого мышления [21, 87] и как «ментально-когнитивной сущности, имеющей языковое выражение и отражающей культурно-национальное представление человека об определённом фрагменте действительности» [2, 13; 21, 87].

В данном исследовании фразеологизмы рассматриваются как периферийные синтаксические средства выражения отрицания [12, 50], а наряду с понятием фразеологизм в работе используются также подвидовые понятия: фразеолексема, соответственно фразема и фразеотекстема. Эти понятия приняты как немецкоязычными, так и болгарскими лингвистами [20, 30-31; 17, 67; 19, 105; 18, 49; 8, 24, 191; 1, 302]. Фразеолексемой является любое словосочетание, которое используется как лексико-семантическая единица, состоит более чем из одного слова и не длиннее одного предложения [20, 30-31]. К фразеолексемам относятся идиомы [19, 105], устойчивые предикативные конструкции [21, 104-105, 129], устойчивые сравнения [18, 49; 14, 141], а также пословицы и поговорки [6, 197; 18, 55]. Последние, по сути, занимают промежуточное положение между фразеолексемами и фразеотекстемами [18, 55].

Среди фразеолексем преобладают те, что обладают экспрессивным характером: их основная функция направлена на «усиление экспрессивности» [17, 167-168]. В семантическом плане с помощью фразеолексем даётся оценка людям, оцениваются качества, действия, ситуации, явления и т.д. [17, 107, 129, 169]. Фразеотекстемы, в отличие от фразеолексем, представляют собой законченные высказывания, т.е. в структурном отношении являются устойчивыми предложениями [18, 48]. К ним относятся пословицы, крылатые фразы и другие структуры, имеющие характер предложения [16, 33].

В отобранном для исследования материале используются также пословицы, которые, как коммуникативные единицы, не обозначают процессы, а сообщают о них [15, 36]. Как объект специфического анализа в культурологии пословица представляет собой прецедентный художественный текст, обладающий характером послания [13, 6]. Прецедентные тексты – это устойчивые, известные и значимые для соответствующей культуры тексты [13, 39-40], но в то же время они являются «знаком определённого типа внеязыковых или ментально постигаемых сущностей – ситуаций, моделей поведения, проявлений или состояний» [7, 9].

Посредством фразем процесс номинации затрагивает эмоции, установки, негативные формы поведения [19, 1]. При этом номинативная функция фразем отходит на второй план, а преобладает их экспрессивная функция [18, 34]. М. Андреева выделяет особую тематическую группу «Эмоциональные реакции человека» в своём сопоставительном исследовании фразеологизмов в болгарском и словацком языках, учитывая как внешние, экстралингвистические факторы, так и лингвистические [18, 32]. М. Костов и В. Вапорджиев подчёркивают эту важную особенность фразеологии – отражать в высокой степени экстралингвистические явления: представления, взгляды и убеждения носителей языка [18, 33]. Авторы предлагают ономасиологическую классификацию фразеологизмов в болгарском языке, в которой рассматриваются также фразеологизмы, обозначающие экспрессивно-эмоциональную установку говорящего, которая может быть как позитивной, так и негативной [18, 43].

Эта негативная экспрессивно-эмоциональная установка проявляется через имплицитно выраженную семантику фразем, отобранных для целей настоящего исследования. В качестве исходной величины при сопоставлении используется *tertium comparationis*, который является основой для сравнения, «третья система, одинаково независимая от сопоставляемых языков» [5, 5]. Один из возможных способов формулировки *tertium comparationis* заключается в том, что «эталон должен быть конструктом, образованным семантическими признаками» [5, 5]. В настоящей работе за отправную точку берётся семантическая категория языкового отрицания, и исследуется её проявление во фразеологии двух языков.

Выделены следующие семантические группы фразеолексем и фразеотекстом [3]:

1. Со значением ‘отсутствие, нехватка чего-либо’
2. Со значением ‘несогласие, возражение’
3. Со значением ‘отрицательное отношение, неприязнь’
4. Со значением ‘незнание, неосведомлённость, равнодушие’
5. Со значением ‘невозможность выполнить определённое действие’
6. Со значением ‘отсутствие качества’
7. Со значением ‘запрет, недопущение, отказ’

Эти семантические группы сначала рассматриваются отдельно в каждом из выбранных для сопоставления языков, а затем сравниваются с целью выявления сходств и различий между исследуемыми языковыми явлениями.

Немецкий корпус²

Первая семантическая группа со значением ‘отсутствие, нехватка чего-либо’ включает фраземы:

- *etwas/ sein Geld in den Strumpf stecken* [засовывать что-либо / свои деньги в носок] ‘sich selbst nichts gönnen’ – ‘не позволять себе ничего’

- *seinen Stolz in die Tasche stecken* [прятать гордость в сумку] ‘ohne Stolz auftreten, bescheiden sein’ – ‘не гордиться, быть скромным’.

Вторая семантическая группа со значением ‘несогласие, возражение’:

- *durch den Korb fallen* [провалиться сквозь корзину] ‘eine Ablehnung, Absage erhalten’ – ‘получить отказ, быть отвергнутым’.

Третья семантическая группа со значением ‘отрицательное отношение, неприязнь’:

- *Je älter, je dünner* [Чем старше, тем пустее] – ‘не поумнел’ – *Главата му побеле, умът му не дойде.* = Голова седеет, да ума не прибавляется.

- *Was hilft ein goldener Ring an der Nase?* [Что толку от золотого кольца в носу?] – ‘не будь высокомерным’ – *Прилича ми като на свинче звънче.* = Как свинье серьга – не к месту.

Четвёртая семантическая группа со значением ‘незнание, неосведомлённость, незаинтересованность’ охватывает фраземы, такие как:

- *Was nützt der Kuh Muscate, sie frisst ja Haberstroh.* [Зачем корове мускатный орех, если она ест овсяную солому?] – ‘иронично о неосведомлённом человеке’ – *Разбира ли магаре от кантар?* = Что ослу до весов?

Пятая семантическая группа со значением ‘невозможность выполнить определённое действие’:

- *Allzu viel reißt den Sack* [Чрезмерное рвёт мешок] ‘невозможно делать слишком много дел одновременно’ – *Две дини под една мишница не се носят* = Две дыни под одной мышкой не унесёшь. /За двумя зайцами погонишься – ни одного не поймаешь.

- *Wer Narren will weise machen, der hat gern verlorene Arbeit.* [Кто хочет сделать умного из дурака, у того напрасный труд] – ‘невозможно сделать глупого человека умным’ – *Ти го караш в пътя, то върви в тръните./ Мий магаре, хаби сапун и време.* = Ведёшь его по дороге, а он лезет в колючки / Мой осла – мыло и время зря.

Шестая семантическая группа со значением ‘отсутствие качества’ включает фраземы, такие как:

- *Dicker Kopf, klein Gehirn* [Толстая голова – маленький мозг] ’о человеке, который действует неразумно’ – *Защо му е глава, кога е празна?* = Зачем ему голова, если в ней пусто?

² Примеры, приведённые в отдельных семантических группах в немецком корпусе, взяты из «Словаря немецких и болгарских пословиц» Руски Симеоновой. Примеры, выделенные курсивом, представляют собой немецкие и болгарские фразеолексемы и фразеотекстемы; фразеологическое значение приводится в одинарных кавычках, а буквальное значение — в квадратных скобках.

- *Als Esel geboren, als Esel gestorben* [Родился ослом – умер ослом] ‘о человеке, который не принимает советы от других’ – *Магаре се родил, магаре ще си умре.* = Ослом родился – ослом помрёт.

Седьмая семантическая группа со значением ‘запрет, недопущение, отказ’ включает следующие фраземы:

- *Bleib mir vom Halse!* [Убирайся от моей шеи!] ‘eine Ablehnung’ – ‘отхвърляне’ – отказ, отторжение – Отстань от меня! / Не лезь ко мне!

- *Wer in alle Löcher guckt, dem kann leicht was ins Gesicht fliehen* [Кто заглядывает во все дыры, тому легко может что-то в лицо влететь] ‘mische dich nicht in fremde Angelegenheiten ein’ – ‘не вмешивайся в чужие дела’ – Не суй нос не в своё дело.

- *Wer seine Nase in fremde Dinge steckt, zieht sie blutig* [Кто суёт нос в чужие дела, вытаскивает его окровавленным] ‘mische dich nicht in fremde Angelegenheiten ein’ – ‘не се меси в работи, които не те засягат’ – ‘не вмешивайся в чужие дела’ – Кто лезет не в своё дело – получает по носу.

Болгарский корпус³

Первая семантическая группа со значением ‘отсутствие, нехватка чего-либо’ включает фраземы с разнородными компонентами:

- *Отидоха през рамо* ‘деньги, были потрачены впустую, без какой-либо пользы’

- *Орала мухата на вола на рогата* ‘когда кто-то притворяется, что сделал какую-то работу, а на самом деле ничего не сделал’

- *калпав гроши* ‘ничего’ (бесполезная мелочь).

Вторая семантическая группа со значением ‘несогласие, возражение’ включает преимущественно предикативные фраземы с компонентами зоонимов и соматизмов:

- *Ще прокопса като сляпа коза в трънне* ‘не преуспеет’

- *Криввам врат/ глава* ‘не соглашаюсь с чем-то’

- *Разбират се като кучето и котката* ‘совсем не ладят’.

Третья семантическая группа со значением ‘отрицательное отношение, нелюбовь’ состоит из фразем с компонентом зоонима:

- *Свърши я като кучето на нивата* ‘ничего не получилось’

- *Прилича ми като на свинче звънче* ‘совсем не подходит мне’

- *Обичаме се като котка и мишка* ‘совсем не любим друг друга’.

Четвъртая семантическая группа со значением ‘незнание, неосведомлённость, незаинтересованность’ включает фраземы:

- *Дреме ми на шапката* ‘меня это не интересует’

- *Газя бос из лука* ‘не интересуюсь порядком и законом’.

³ Примеры, приведённые в отдельных семантических группах в болгарском корпусе, взяты из «Словаря немецких и болгарских пословиц» Руски Симеоновой и «Глоссария фразеологических единиц в немецком и болгарском языках» Айли Ильязовой.

Пятая семантическая группа со значением ‘невозможность совершить определённое действие’ включает фраземы:

-*Къси ми са ръцете* ‘не в силах сделать что-то, не по силам, не по возможностям’

- *Бия водата да пусне масло* ‘прилагаю напрасные усилия для чего-то невозможного’

-*Мъча се да изкарам от две баби мома* ‘прилагаю бесполезные усилия для чего-то неосуществимого’

-*Отрязвам крилата* ‘не позволяю кому-то действовать’

-*Въртят като рой* ‘не могу начать что-то осмысленное’.

Шестая семантическая группа со значением ‘отсутствие качества’ включает фраземы:

-*Държи пара като чувал – вода* ‘про человека, который не бережлив’

-*Отишъл съм да правя лули* ‘не умею, негоден’.

Седьмая семантическая группа со значением ‘запрет, неразрешение, отказ’ охватывает фразеологизмы с зоонимическим компонентом:

-*Коя овца отива срециу вълка?* ‘не сражайся с гораздо более сильным противником’

-*Тополата е висока, ама свраките серат по нея* ‘не зазнавайся’.

Сопоставление

При попытке анализа эксцерпированного фразеологического материала было установлено следующее: в первой семантической группе в обоих корпусах выделяется компонент деньги, при этом глагольные компоненты во фраземах указывают на значение «чего-то нет, отсутствует». Во второй группе в обоих корпусах наблюдаются различия в компонентах сопоставляемых структур. В третьей группе: в болгарском корпусе преимущественно встречаются фраземы с зоонимическими компонентами, тогда как в немецких примерах выделяются те, которые содержат соматизмы. В четвёртой семантической группе: в немецких примерах доминирует ироническое отношение к неосведомлённым людям, а в болгарских – к незаинтересованным. В пятой семантической группе в немецких примерах подчёркивается бесполезность попыток выполнять два дела одновременно, а в болгарских – бесполезность попыток осуществить невозможное. В шестой семантической группе в немецком корпусе преобладают примеры с соматизмами, выражают ими отношение к неразумным людям, а в болгарском – с зоонимами, через которые проявляется отношение к неумелым людям. В седьмой семантической группе в немецких примерах доминируют фраземы с соматизмами, направленные на послание «не сокращай дистанцию по отношению к другим», а в болгарских примерах этой группы преобладают с зоонимами, послание которых – «не зазнавайся, смирись».

При сопоставительном анализе эксцерпированных фразовых лексем и фразовых текстов было установлено доминирование отличий по сравнению со сходствами. В корпусе болгарских фразеолексем преобладают единицы с экспрессивным характером, основная функция которых заключается в усилении экспрессивности. Именно этот потенциал объясняет их употребление,

направленное прежде всего на характеристику людей. В семантическом плане с помощью фразеолексем оцениваются люди, подвергаются критике действия, качества, ситуации и явления. Особенно это касается фразеолексем с глагольными компонентами.

Фразеотекстемы в обоих корпусах связаны преимущественно с определёнными прагматическими функциями и относятся к особым коммуникативным ситуациям. Тот факт, что экспрессивность языковых единиц не является постоянной величиной, лежит в основе тенденции возникновения новых экспрессивных способов называния, что объясняет существование старых и новых форм в условиях конкурентных синонимичных отношений. Лингвокультурный интерес в сравнительном аспекте может вызвать и проблематика имплицитного утверждения через фразеологические единицы, в структуре которых присутствуют негативные элементы, но семантика которых при этом положительна.

Библиографический список

1. *Бояджиев Т.* Българска лексикология. – София: Анубис, 2002.–358с.
2. *Витанова М.* Човек и свят. Лингвокултурологични проучвания. – София: Бул-Корени, 2012. –207 с.
3. *Илиязова А.* Глосар на фразеологични единици в немския и българския език. Шумен: Университетско издателство «Епископ Константин Преславски». – 2022. – 240 с.
4. *Казимянец Е. Г.* Эксплицитное и имплицитное отрицание в фразеологизмах. В: Русистика и компаративистика. Выпуск 2. Москва: Московский городской университет МГПУ, 2007. – С. 207–214.
5. *Легурска П.* За еталона на съпоставка (терциум компарационис) в лексикалните изследвания. В: Чуждоезиково обучение, кн. 4. София: Алианс принт ЕООД, 2009. – С. 3–9.
6. *Ничева К.* Фразеологизми със структура на изречение в българския език. В: Известия на института за български език. Кн. XV. София: Издателство на БАН, 1967. – С. 183–215.
7. *Петрова Р.* Лингвокултурологично съпоставително изследване на английски и български пословици. Автореферат на дисертация. София/Русе: Печатна база на Русенския университет, 2006. – 266 с.
8. *Русинов Р., Георгиев Ст.* Лексикология на българския книжовен език. III. Издание. Велико Търново: Абагар, 1996. – 320 с.
9. Симеонова, Р. Речник на немски и български пословици. Lexikon deutscher und bulgarischer Sprichwörter. София: Просвета, 2005. – 278 с.
10. *Ситдикова Ф. Б., Сафина Д. Р., Мельникова О. К.* Имплицитное отрицание и способы его передачи в высказываниях диалога (на материале татарского языка). В: Вестник Вятского государственного университета: Филологические науки, 2017. – С. 66–71.

11. Чакърова Кр. Лексикални средства за изразяване на негация в съвременния български език. В: Научни трудове, т. 58, кн. 1, СБ. А, 2020 – Филология, Пловдив: Пловдивски университет «Паисий Хилендарски». С. 241–261.
12. Чакърова Кр., Колева Р. Изразяването на общо отрицание в българския и немския език през призмата на съпоставката. В: Езиков свят, т. 19, кн. 1. Благоевград. – 2021. – С. 45–56.
13. Чонгарова И. Интеркултурната комуникация. Аспекти на лингвокултурната теория и практика. Пловдив: Студио Ирида, 2002. – 135 с.
14. Brehmer B. Äquivalenzbeziehungen zwischen komparativen Phraseologismen im Serbischen und Deutschen. In: südslawistik.online. Nr. 1. Januar. – 2009. – S. 141–165. URL: <http://www.suedslavistik-online.de/01/brehmer.pdf> (дата обращения 08.05.2025).
15. Burger H. Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. 5., neu bearbeitete Auflage. – Berlin: Erich Schmidt, 2015. – 241 S.
16. Eckert R., Günther K. Die Phraseologie der russischen Sprache. Leipzig/ Berlin: Langenscheidt Verlag Enzyklopädie, 1992 – 170 S.
17. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1982. – 250 S.
18. Kostov M., Vapordžiev V. Die Phraseologie der bulgarischen Sprache. Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie/ Bibliographisches Institut, 1990. – 117 S.
19. Palm Chr. Phraseologie. Eine Einführung. 2., durchgesehene Auflage. Tübingen: Gunter Narr, 1997. – 130 S.
20. Pilz K. D. Phraseologie. Versuch einer interdisziplinären Abgrenzung, Begriffsbestimmung und Systematisierung unter besonderer Berücksichtigung der deutschen Gegenwartssprache. 2. Bde. Göppinger Arbeiten zur Germanistik 239. Göppingen: Kümmeler, 1978. – 1038 S.
21. Schwarz M. Einführung in die Kognitive Linguistik. Tübingen: Francke, 1996. – 289 S.

© Илиязова А.Р., 2025

Iliyazova Aylja Redzheb
Ph.D., Associate Professor
University of Shumen "Bishop Konstantin Preslavski",
Department of German Studies
e-mail: a.iliyazova@shu.bg

THE PROBLEM OF IMPLIED NEGATION AND ITS REFLECTION IN GERMAN AND BULGARIAN PHRASEOLOGY

Abstract

The study aims to provide a comparative analysis of phraseologisms in German and Bulgarian, using the semantic category of 'linguistic negation' as the tertium

comparationis. The excerpted material includes phraseological units that do not structurally contain explicit negating elements but whose semantics are unequivocally negative, indicating disagreement, prohibition, negative attitudes, dislike, etc. Implicit negation is embedded in the semantics of the compared phraseologisms and is revealed through the triad of stimulus, context, and interpretation. Various meanings are realized within the domain of linguistic negation, including negation, exclusion, objection, absence, or inability to perform an action.

Keywords: implicitly expressed negation, phraseologisms, German and Bulgarian phraseology, comparison, semantic groups, semantics.

УДК 811.124:371.32:378.4

Исмагилова Нурия Винеровна

Кандидат филологических наук, доцент

Доцент, Башкирский государственный медицинский университет,

Кафедра иностранных языков

e-mail: nur-i@yandex.ru

ПРОБЛЕМА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРЕПОДАВАНИЯ ЛАТИНСКОГО ЯЗЫКА В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация

В статье анализируются причины существования дисциплины «Латинский язык» в учебном плане целого ряда гуманитарных дисциплин: исторических, юридических, филологических, в частности: германистики, романистики, славистики, русистики, делается вывод о невозможности отказаться от преподавания латыни в системе современного гуманитарного образования. В работе также рассматриваются некоторые вопросы, касающиеся трудностей, с которыми встречаются обучающиеся при изучении латинского языка в вузе, и даются некоторые рекомендации по совершенствованию методики преподавания этой языковой дисциплины.

Ключевые слова: латинский язык, индоевропейские языки, методика преподавания латинского языка, гуманитарные специальности, германистика, романистика, славистика, русистика.

В истории преподавания латинского языка в образовательных заведениях разного типа в России можно насчитать не одну сотню лет. До сих пор латинский язык преподается обучающимся по разным гуманитарным и социальным специальностям: филологическим, историческим, юридическим, философским, социологическим.

К примеру, на юридических факультетах латынь является языком изучения по нескольким причинам: 1) теория современного права многих стран, в которых государственными являются индоевропейские языки с территории Европы, базируется на теории римского права; 2) значительная часть юридических терминов ведет свое происхождение из латинского языка.

На исторических факультетах латынь изучается ввиду того, что большое количество письменных памятников в Европе на протяжении столетий создавалось на этом древнем языке (например, даже в XVIII веке латынь оставалась языком дипломатии и науки в Европе). И если историки хотят изучать глубоко историю Древнего Рима, историю Европы от раннего средневековья до начала XX века, в том числе по письменным документам той или иной эпохи, то они должны знать латинский язык.

Изучение латинского языка невозможно отменить при освоении филологических, лингвистических специальностей в процессе подготовки профессионалов в области различных индоевропейских языков, функционирующих на территории всей Европы, особенно романских языков. Это связано с тем, что:

- 1) латынь повлияла на развитие всех индоевропейских языков, распространенных на территории Европы;
- 2) во всех этих современных языках имеется большое количество заимствований из латинского языка;
- 3) к тому же современные романские языки восходят к вульгарной латыни. Поэтому изучение латинского языка на отделениях романских языков обусловлено еще и самой историей развития этих языков, хотя они не являются чистыми потомками латинского языка, их можно назвать гибридными языками, на формирование которых повлияли языки и других древних племен и народов.

Однако следует признать, что изучение латыни в рамках учебного плана гуманитарных специальностей носит в большей степени ознакомительный характер с учетом того, что количество часов, выделяемое на освоение дисциплины «Латинский язык», постоянно сокращается, поэтому для внушительного числа студентов данный курс оказывается неэффективным: изученные грамматические нормы, лексические единицы, крылатые слова, как правило, у многих обучающихся забываются по причине того, что постоянно не употребляются. У многих студентов складывается впечатление, что «курс латинского языка – это абсолютно бесполезная дисциплина, у них возникает недоумение по поводу того, зачем вообще она нужна» [1, 31].

Но курс латинского языка очень нужен, например, будущим филологам, лингвистам, получающим специализацию в области различных индоевропейских языков: германистам, романистам, славистам, русистам и др.– в том числе и в силу того, что студентам полезно знать этимологию лексем того или иного изучаемого языка, являющихся по природе латинизмами.

С этой целью на занятиях по латыни мы рекомендуем преподавателям знакомить студентов с латинизмами, которые заимствованы в те языки, на которых специализируются будущие лингвисты. На наш взгляд, ознакомление

студентов с целым рядом таких латинизмов, заимствованных в разные индоевропейские языки на территории Европы, сделает занятия по латинскому языку более интересными, информационно насыщенными. Мы предлагаем преподавателям предоставлять обучающимся списки или даже словари малого объёма, содержащие относительно большое количество латинизмов (от нескольких десятков до нескольких тысяч), которые в разном виде вошли в лексикон того или иного изучаемого индоевропейского языка. Лучше разбивать эти латинизмы в списках или словаре тематически (например, с опорой на разного рода словари: семантические [2], идеографические, тематические). Тематическая рубрикация может выглядеть следующим образом:

Раздел 1. Бытие. Материя. Пространство. Время.

1.1. Бытие. Небытие. Существование. Жизнь. Смерть.

1.1.1. Начало жизни, существования. Сама жизнь, её протекание. Конец жизни, существования.

1.1.2. Судьба, рок.

1.1.3. Бытийные ситуации. Положения вещей. Сложившиеся жизненные обстоятельства.

Общие обозначения бытийных, деятельностных состояний.

Ситуации разного рода: ситуация отсутствия, непредставленности, недостаточности. Приятные, радостные ситуации, удачные события и стечения обстоятельств, налаженные положения дел.

Печальные, трагические, ужасные ситуации, неудачные стечения обстоятельств.

Сложные, запутанные, беспорядочные, неприятные ситуации. Внезапные, неожиданные ситуации. Странные, комические ситуации. Конфликтные ситуации.

1.2. Материя.

1.2.1. Физические характеристики. Количество. Счет. Масса, ее мера. Степень, предел, граница.

Масса, ее мера; сила. Единицы и меры веса, объёма, ёмкости, меры жидких и сыпучих веществ.

1.2.2. Физические состояния и свойства как живого, так и неживого.

Внешний вид: очертание, форма. Оформленность, убранство. Свет, цвет, окраска. Сверкание, блеск.

Запах, вкус, осязаемость, весовые свойства. Звучание.

1.2.3. Физические состояния и свойства живых существ, организмов: внешность человека, живого существа. Состояние тела. Телосложение. Физические особенности. Особенности восприятия, обусловленные органами чувств.

1.2.4. Физиологические (органические) состояния и жизнедеятельность живых организмов. Рост. Адаптация. Основные процессы жизнедеятельности. Функционирование разных систем организма. Сон, забытьё, бодрствование. Естественные потребности и отправления организма. Состояние здорового и нездорового организма. Выздоровление, исцеление. Здоровье, сила. Симптомы

заболевания, дискомфорт, боль, болезненный внешний вид. Разные болезни и их симптомы. Нездоровые привычки. Физические отклонения и пороки развития. Травмы. Заболевания других живых существ.

1.2.5. Состояния природы, окружающей среды, особые свойства веществ, материалов.

Климат. Состояние атмосферы. Стихийные явления. Погода, связанные с ней природные явления.

1.2.6. Психические свойства живых существ. Их психика. Сознание. Психика, сознание человека. Психические состояния. Настроение. Чувства, эмоциональные состояния. Их виды. Их проявления.

Образ мыслей. Ум, разум, интеллект.

Восприятие. Интерес. Внимание. Воображение. Память.

Мысль, ее формы. Замысел, намерение. Заблуждение.

Мировоззрение. Мировосприятие. Система взглядов. Мнение, точка зрения.

Способности. Талант.

Опыт. Навык. Умение. Круг знаний. Накопленные знания.

Воля. Желание. Склонность. Пристрастие.

Мораль. Долг. Совесть.

Поведение, поступки. Их виды.

Разные черты характера. Характер. Темперамент.

Именование. Информация. Речь. Виды речи. Речь, характеризуемая по содержанию. Речь, характеризуемая по форме или по характеру ее течения. Речевые жанры. Речевое поведение.

1.2.7. Общественное сознание. Формы общественного сознания. Вера. Религия. Виды религий. Монотеистические и политеистические религии. Религиозные секты и движения. Обряды. Виды обрядов. Основные религиозные понятия и представления. Философия. Религиозно-философские, религиозно-этические, религиозно-мистические течения.

Произведения творческой мысли: науки, учения, искусства.

Науки, учения. Научные направления. Теории. Общественно-политические концепции. Виды наук: естественные, точные, инженерно-технические, общественные, гуманитарные, прикладные, сельскохозяйственные. Науки о земле.

Искусства и их типы. Изобразительное, декоративно-прикладное, музыкальное, хореографическое, театральное, словесное искусство, кино. Направления, течения, стили в искусствах. Жанры в искусствах разного рода.

Человеческое общество, его признаки. Типы обществ, сообществ.

Общественные связи и отношения, их виды.

Социальная деятельность. Ее разновидности. Виды трудовой и профессиональной деятельности.

Спорт. Его виды. Профессиональный спорт. Физическая культура.

Свободное времяпрепровождение. Развлечения. Любительские занятия, увлечения. Любительский спорт. Альпинизм. Туризм. Празднества. Игры. Прогулки. Гулянья.

Государственность. Политика. Власть. Государственное устройство. Формы правления. Политическая деятельность. Политические взгляды, интересы.

Социальный уклад. Социальные устои, право, закон. Соблюдение закона. Законность. Нарушение закона. Преступления. Виды преступлений. Уголовное наказание за преступления разного рода.

Социальные состояния. Мирное состояние общества. Социальные изменения и потрясения: бунт, забастовка, погромы, революция, война.

Материальные объекты разного рода как результаты материальной деятельности человеческого общества. Продукция разных видов промышленного производства. Пищевые продукты. Продукция сельского хозяйства. Лекарства. Здания разного типа: жилые и нежилые. Поля, сады, огороды, теплицы. Средства передвижения. Мебель и другие предметы быта, посуда, кухонная утварь, бытовая техника и электроника. Одежда, обувь, головные уборы, аксессуары, ювелирные украшения, бижутерия. Промышленное и сельскохозяйственное оборудование. Спортивный инвентарь.

1.3. Пространство: его основные характеристики; мера пространства, его величины.

Мера пространства; единицы измерения пространства: размеры. Пространственные величины. Единицы измерения пространства, площади.

1.3.1. Движение, изменение местоположения в пространстве.

Движение, свойственное как живому, так и неживому. Движение механизмов, их частей. Движение масс вещества. Движения, характеризуемые по направленности: вверх, вниз, в стороны, откуда-либо, куда-либо, вокруг чего-либо, через что-либо, в разные стороны.

Движение, свойственное только живому. Общие обозначения. Неразовые движения: разнонаправленные или односторонние. Разовые короткие движения. Способы передвижения. Манера держаться. Выразительные движения. Мимика. Осанка, манера держаться, двигаться. Телодвижения. Жесты.

1.4. Время: его ход, периоды и моменты его течения.

Время, его основные характеристики. Ход, течение времени. Способы, системы исчисления времени. Единицы измерения времени. Промежутки, отрезки времени, измеряемые по длительности, исчисляемые сроки. Промежутки времени, измеряемые, исчисляемые от любой точки отсчета: в пределах века, веков, их отрезков; в пределах года, месяца, недели, их отрезков; в пределах суток, часа, минуты, их отрезков. Промежутки времени, измеряемые, исчисляемые от какого-то события, даты. Разные годовщины. Отрезки, периоды времени, соотносимые с каким-либо состоянием, событием, деятельностью, действием. Возрастные состояния. Эпохи, периоды в жизни человечества, в истории Земли.

Таким образом, поскольку невозможно удалить дисциплину «Латинский язык» из учебного плана целого ряда филологических специальностей, то необходимо сделать преподавание латыни студентам более интересным, информационно насыщенным и практически полезным.

Библиографический список

1. Исмагилова Н. В., Батырова Г. З. Роль латинского языка и этимологии его лексем при изучении индоевропейских языков и научной терминологии // Современные парадигмы лингвистических исследований: методы и подходы: сб. материалов XIX Междунар. науч.-практ. конф., г. Стерлитамак, 14-15 ноября 2024 г. Стерлитамак: Стерлитамакский филиал УУНиТ, 2024. – С. 30–35.

2. Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений / Российской академия наук. Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова; под общей ред. Н.Ю. Шведовой. – М.: «Азбуковник», 1998. URL: <https://www.slovari.ru/default.aspx?s=0&p=235> (Дата обращения: 05.05.2025).

© Исмагилова Н.В., 2025

Ismagilova Nuriia Vinerovna
Candidate of Philological Science, associate professor,
Associate professor,
Bashkir State Medical University,
Department of Foreign Languages
e-mail: nur-i@yandex.ru

THE PROBLEM OF IMPROVING THE TEACHING OF LATIN IN THE SYSTEM OF MODERN HUMANITARIAN EDUCATIONN

Abstract

The article analyzes the reasons for the existence of the discipline "Latin language" in the curriculum of a number of humanitarian disciplines: history, law, philology, in particular: German studies, Romance studies, Slavic studies, Russian studies, and concludes that it is impossible to abandon the teaching of Latin in the system of modern humanitarian education. The work also examines some issues related to the difficulties that students encounter when studying Latin at a university and gives some recommendations for improving the methodology of teaching this language discipline.

Key words: Latin language, Indo-European languages, methods of teaching Latin, humanities, German studies, Romance studies, Slavic studies, Russian studies.

Кожевникова Регина Раифовна
Старший преподаватель,
Уфимский университет науки и технологий,
Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации
e-mail: reggy1981@list.ru

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРУ РЕЧИ

Аннотация

Статья посвящена анализу влияния интернета на трансформацию русского языка и культуры речи в условиях цифровизации общества. Автор рассматривает лингвистическую изменчивость как естественный процесс, обусловленный социально-историческим развитием, однако акцентирует внимание на ускорении языковых изменений под воздействием интернет-коммуникации. Подчеркивается противоречие между обогащением языка новыми элементами и рисками снижения грамотности, утраты выразительности слова.

Ключевые слова: русский язык, интернет-коммуникации, культура речи, цифровизация, сетевой этикет, грамотность, языковые нормы, социальные сети.

Феномен лингвистической изменчивости в русском языке проявляется в трансформации речевых практик, коммуникативных моделей и языковых стандартов, что составляет естественную специфику его социально-исторического развития. Такой процесс вполне закономерен, поскольку языки пополняются за счет заимствований, а это результат общения людей из разных стран [3]. Новые слова появляются, старые забываются – так язык живет и приспосабливается к изменениям в обществе. Этот процесс был, есть и будет – потому что язык отражает жизнь людей, развивается вместе с обществом и таким образом всегда остается современным и удобным инструментом общения.

Стремительное развитие технологий связи и интернета, а также огромный поток информации ускоряют темп жизни. Это развитие приводит к постоянному появлению новых слов, ведь каждое явление или идея требуют номинации. В результате русский язык активно пополняется специальными терминами и сложными выражениями, становясь более детальным и разнообразным. М. Горький писал, что русский язык неисчерпаемо богат и всё обогащается с поражающей быстротой [3]. Таким образом, язык не просто меняется, а адаптируется к вызовам современности.

В современном обществе интернет трансформировался из вспомогательного средства в фундаментальный инструмент повседневности, проникнув во все сферы человеческой деятельности. Цифровые технологии сопровождают нас на каждом этапе: от бытовых задач, таких как покупка или бронирование билетов, до профессиональной и образовательной деятельности,

где поиск информации, дистанционное обучение и даже кулинарные эксперименты становятся возможными благодаря сетевому доступу. Мгновенная связь с близкими, независимо от географических границ, осуществляется через мессенджеры и социальные платформы. Необходимость в личных встречах или телефонных переговорах минимизирована, теперь достаточно отправить текстовое или голосовое сообщение, чтобы обеспечить моментальную коммуникацию.

Потребность человека в скоростном общении, то есть в быстрой передаче информации и стало основанием того, что современное поколение молодых людей отдает предпочтение виртуальной реальности. Бывают случаи, когда студенты, обучающиеся в одной группе и встречающиеся практически каждый день в стенах учебного заведения, предпочитают общаться посредством Интернета.

Виртуальная реальность, поглотившая современную молодежь, заменила им живое общение, теперь живое общение происходит через социальные сети. В социальных сетях, чатах, форумах, сообщениях электронной почты тексты пишутся «на бегу» и выглядят примерно одинаково: часто без прописных букв, с многочисленными сокращениями, опечатками, аббревиатурами, графической передачей звуков и слогов цифрами – и все это закрепляется отсутствием пунктуации. В своей повести «Золотая роза» К. Г. Паустовский писал, что еще Пушкин говорил о знаках препинания. Они существуют, чтобы выделить мысль, привести слова в правильное соотношение и дать фразе легкость и правильное звучание. Знаки препинания – это как нотные знаки. Они твердо держат текст и не дают ему рассыпаться [5].

Пару десятилетий назад при живом или письменном общении наши родители, дедушки и бабушки старались соблюдать все правила «великого и могучего» русского языка, то есть соблюдалась культура речи [4].

Культура речи – это владение нормами литературного языка в его устной и письменной форме, а также умение использовать выразительные средства языка в соответствии с целями и содержанием речи [1]. А. И. Куприн говорил: «Русский язык в умелых руках и в опытных устах – красив, певуч, выразителен, гибок, послушен, ловок и вместителен» [4].

Исторически сложилось так, что коммуникативная компетентность человека, которая включает владение риторическими приемами и нормами языковой культуры, выступает ключевым инструментом социокультурного регулирования. Данный тезис подтверждается многовековой практикой: от античных ораторов (Цицерон, Демосфен) до современных политических дискурсов, где вербальное мастерство остается механизмом формирования коллективного сознания и управления социальными процессами.

Молодежь, ощущающая современный темп жизни, старается общаться на более упрощенном, доступном языке, не придерживаясь правил письма. Для нее на первый план выходит использование свободного языка, над правильностью которого не надо задумываться. Это значит, что слово, через которое поколение наших родителей проживало свою жизнь и обращалось к окружающему миру,

потеряло свою «душу», оставив только информацию как таковую, то есть по сути «голое тело». По словам К. Г. Паустовского, в русском языке нет таких звуков, красок, образов и мыслей – сложных и простых, – для которых не нашлось бы точного выражения [6]. Теперь же для того чтобы выплеснуть эмоции, оказать воздействие на собеседника, подчеркнуть свою современность и продвинутость, а также для самовыражения, используются графические средства, такие как смайлики, эмодзи, стикеры, картинки и другое. Януш Вишневский в своей книге «Одиночество в сети» отмечает: «...в интернете самое главное – слова и воображение» [7].

Безусловно, новые технологии открывают нам новые возможности комфортной жизни, но проблема заключается в том, что современная молодежь, внедряя новую терминологию в социальных сетях, форумах, чатах, переносят ее из виртуальной жизни в реальную, заменяя грамотную речь потоком сокращений, англицизмов и интернет-сленга, нанося тем самым урон грамотности живого общения. А. Н. Толстой подчеркивал, что обращаться с языком кое-как — значит и мыслить кое-как: приблизительно, неточно, неверно [4].

При всех изменениях, которые происходят сейчас в обществе и языке, мы не должны забывать, что конкурентоспособный специалист в современных реалиях должен уметь грамотно излагать свои мысли и обладать обширными языковыми навыками. Здесь нельзя не согласиться со словами А. П. Чехова, что для интеллигентного человека дурно говорить должно считаться так же неприлично, как не уметь читать и писать [4].

Поскольку интернет-общение стало выходить на первый план, то все большее внимание теперь уделяется сетевому этикету. Сетевой этикет – это свод правил и норм общения в интернете, которых придерживается большинство [3]. Соблюдение сетевого этикета на сегодняшний день становится значительным элементом онлайн-общения. Он помогает создавать гармоничную и приятную среду общения, а грамотный текст и уважительный тон всегда вызывают большое доверие у собеседника.

Стремительные неблагоприятные изменения в языке, а именно перенос простонародного, нелитературного языка (в частности, интернет-сленга) в живую речь, дают повод размышлять и говорить о том, что он истощается, становится небрежным, засоряется иностранными словами, теряет свой блеск. Среди нас есть те, кто легко подхватывает новые веяния в языке, есть те, кто осторожно присматривается и наблюдает, а есть те, кто отчаянно ругает все непривычное. Борцы за чистоту языка существовали во все времена, но как показывает история развития языка, многое из того, что когда-то считалось неприемлемым, со временем становится естественным. При этом главным критерием сохранения того или иного слова в языке является его уместность. То есть, насколько слово или выражение естественно и гармонично вписывается в контекст.

В истории известны случаи создания искусственных языков, например, эсперанто. Но этот язык не прижился, и как нам кажется, по вполне естественным

причинам. У языка должен быть носитель, который пользуется им на протяжении всей жизни, начиная с момента рождения. На наш взгляд, будущего у таких языков нет, как и нет будущего у языка социальных сетей.

Таким образом, можно сделать вывод, что интернет-среда оказывает на русский язык и культуру речи неоднозначное влияние. Она способствует упрощению взаимодействия и генерированию инновационных языковых форм и вместе с тем приводит к широкому распространению неграмотности, снижению планки речевой культуры и размыванию традиционных языковых канонов.

Возможно, то, что сейчас режет слух и с чем мы никак не можем смириться на данном этапе, со временем станет нормой. И поэтому важно не запрещать язык интернета, а помочь молодому поколению гибко его применять там, где это уместно, одновременно прививая уважение к грамотной речи и ценности владения литературной нормой, а также сформировать критический взгляд на процессы языковой эволюции. Безусловно, хочется верить, что современное поколение молодых людей научится ценить русский язык и поймет, что главное это образованность и грамотное изложение своих мыслей.

Библиографический список

1. Большая российская энциклопедия. URL: <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/2121027> (дата обращения 10.03.2025).
2. Высказывания о русском языке // Образовательная социальная сеть. URL: <https://nsportal.ru/shkola/russkiy-yazyk/library/2013/01/01/Vyskazyvaniya-o-russkom-yazyke> (дата обращения 20.02.2025).
3. Гартман Т. 25 оттенков русского. От древних славян до бумеров и зумеров. URL: <https://books.yandex.ru/books/jw7NpadR> (дата обращения 5.03.2025).
4. Лосева Н. Н. Влияние интернета на русский язык // Инфоурок. URL: <https://infourok.ru/proekt-vliyanie-interneta-na-russkiy-yazik-3112511.html> (дата обращения 12.03.2025).
5. Паустовский К. Г. Золотая роза. URL: <https://books.yandex.ru/books/pOTXggFI> (дата обращения 15.01.2025).
6. Паустовский К. Г. Цитаты. URL: https://ru.m.wikiquote.org/wiki/Константин_Георгиевич_Паустовский (дата обращения 25.02.2025).
7. Вишневский Я. Л. Одиночество в сети. URL: <https://books.yandex.ru/books/HYNZ4q82> (дата обращения 27.01.2025).

© Кожевникова Р.Р., 2025

Kozhevnikova Regina Ralifovna
Senior Teacher,
Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: reggy1981@list.ru

THE INFLUENCE OF THE INTERNET ON THE RUSSIAN LANGUAGE AND SPEECH CULTURE

Abstract

The article is devoted to the analysis of the influence of the internet on the transformation of the Russian language and speech culture in the context of the digitalization of society. The author considers linguistic variability as a natural process caused by socio-historical development but focuses on the acceleration of linguistic changes under the influence of internet communication. The contradiction between enriching the language with new elements and the risks of reducing literacy and loss of expressiveness of the word is emphasized.

Key words: *Russian language, internet communication, speech culture, digitalization, netiquette, literacy, language standards, social network.*

УДК 81'33

Корнишина Валерия Сергеевна
Аспирант факультета иностранных языков
Брянский государственный университет имени академика
И.Г. Петровского
e-mail: lerok-0396@mail.ru

ВЛИЯНИЕ КОНТЕКСТА НА ВОСПРИЯТИЕ РЕКЛАМЫ АВТОМОБИЛЕЙ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ (РАССМОТРЕНИЕ РОЛИ КОНТЕКСТА В ИНТЕРПРЕТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ)

Аннотация

В статье рассматривается влияние контекста на интерпретацию рекламных сообщений в автомобильной сфере. На основе свободного ассоциативного эксперимента с участием респондентов факультета иностранных языков (искусственных билингвов с Я1 – русский, Я2 – английский) с применением платформы Google Forms проведён анализ восприятия 20 рекламных изображений, презентирующих разные марки автомобилей. Изучается, как различные контекстуальные параметры (визуальные, тематические и целевые) определяют ассоциативные ряды и активируют скрытые смыслы в сознании реципиента. Особенное внимание уделяется особенностям обработки

информации реципиентами, владеющими двумя языками, и влиянию языковой компетенции на интерпретацию рекламных сообщений. Приобретённые данные подтверждают гипотезу о высокой степени зависимости интерпретации рекламы от контекстуальных факторов. Результаты могут быть использованы в сфере рекламной психолингвистики, маркетинга и семантического дизайна.

Ключевые слова: контекст, реклама, свободный ассоциативный эксперимент, восприятие, семантический анализ, визуальный код, билингвизм, фрейм, прецедентные феномены.

Современная реклама функционирует как полимодальный дискурс, в котором вербальные, визуальные и аудиальные компоненты взаимодействуют в условиях конкретного контекста, формируя у получателя определённую концептуализацию объекта, а каждый элемент рекламы – от слогана и до визуального оформления – несет обусловленную смысловую нагрузку. Контекст не только активирует фоновые знания, но и задаёт траекторию интерпретации рекламного сообщения, что особенно значимо в сфере авторекламы, где визуальный код (например, природный/городской пейзаж, сценарий движения, тип дороги) воздействует на представление о марке, её статусе, целевой аудитории и функциональных качествах [5, 89]. Изучение данного феномена направлено на установление закономерностей интерпретации автомобильной рекламы в зависимости от контекстуальных параметров – как визуальных, так и социокультурных, при опоре на методы психолингвистики и когнитивного анализа. В связи с этим, интерпретация рекламного сообщения об автомобиле может существенно варьироваться в зависимости от индивидуальных характеристик реципиента, его культурного бэкграунда и лингвистической компетенции.

Контекст в психолингвистике рассматривается как многоуровневая структура, включающая ситуативные, лингвокультурные и когнитивные параметры [2, 213]. Согласно Е. С. Кубряковой, именно контекст служит «катализатором смысловой актуализации» в речевом восприятии [5, 112]. Метод свободного ассоциативного эксперимента (САЭ) позволяет выявить реактивные зоны ментального лексикона, активируемые при столкновении субъекта с рекламным стимулом [10, 18]. Этот метод значительно результативен для реконструкции фреймовой структуры восприятия и позволяет определить, какие характеристики продукта становятся превалирующими в сознании реципиента в зависимости от контекста.

Исследование проводилось в формате онлайн-анкетирования с использованием платформы Google Forms. В качестве респондентов выступили 100 студентов факультета иностранных языков, обладающие статусом искусственных билингвов (где Я1 – русский язык, Я2 – английский язык). Респондентам предъявлялась серия рекламных сообщений об автомобилях, включающих как вербальные (слоганы), так и невербальные (визуальные образы) элементы. Каждое авторекламное изображение сопровождалось

всевозможными визуально-контекстуальными условиями: городские пейзажи, бездорожье, природа, интерьер машины, участие семьи, бизнес-сценарии и т.д. После просмотра участникам предлагалось назвать первые ассоциации: слова или словосочетания, возникающие в ответ на просматриваемую рекламу. Ассоциации кодировались по 6 основным категориям:

- Функционально-характеристические (ФХ): скорость, управляемость, безопасность, проходимость и др.
- Эмоционально-оценочные (ЭО): престиж, привлекательность, роскошь и др.
- Целевые ассоциации (ЦА): семья, путешествия, город, бизнес.
- Модально-актуальные (МА): природа, урбанизм, сафари и др.
- Общая оценка (ОО): положительные/отрицательные отклики.
- Когнитивно-базовые (КБ): упоминания других марок, универсальные категории [4, 33–35].

Проанализируем несколько примеров рекламных сообщений, использованных в исследовании, с точки зрения функционирования в них онимов, фреймов, слоганов и визуальных кодов, а также особенности их восприятия реципиентами.

Так, реклама автомобиля *Hyundai EXTER* сопровождается наличием следующего слогана: “*Think outside. Think EXTER*”. Спокойный пейзаж, теплые тона и непринужденная атмосфера сопровождаются коротким, запоминающимся слоганом, который построен на игре слов, подчеркивающей идею выхода за рамки привычного, а слово *EXTER* как искусственно созданное название (бренд оним) апеллирует к концепции «внешнего», «экстерьера», «путешествия». Актуализируется фрейм «приключений», «отдыха на природе». Визуальный код (автомобиль на фоне пейзажа с костром) усиливает данный фрейм.

Данное рекламное сообщение создает у испытуемого ассоциации со свободой, независимостью и активным образом жизни. Билингвы, как правило, легче считывают игру слов в слогане, что может усиливать эмоциональное воздействие рекламы. Как отмечает А. А. Леонтьев, восприятие речи тесно связано с вырабатыванием внутреннего смысла, и в данном случае слоган способствует основанию позитивного образа автомобиля [6, 45–47].

Другим примером автомобильной рекламы может послужить реклама автомобиля *Hyundai VERNA* со слоганом “*Intelligent by Design*”. Тёмный цвет автомобиля, множество графических элементов, акцент на технических деталях: слоган здесь подчеркивает интеллектуальность и продуманность конструкции автомобиля, а слово *VERNA* от латинского «весна» – время роста, развития. Активизируется фрейм «инноваций», «передовых технологий». Визуальный код (автомобиль в стилном городском окружении, детализированное изображение технических характеристик) усиливает данный фрейм. Представленное рекламное сообщение вырабатывает ассоциации с современностью, технологичностью и комфортом. Билингвы, вероятно, более четко воспринимают английский слоган, что может в целом способствовать формированию более позитивного образа автомобиля.

Пример автомобильной рекламы *Fiat 500L Trekking* призывает к выходу за рамки обыденности и исследованию мира: “*Time to be out of the box. Life explorer*”. Изображение авторекламы представляет собой яркий желтый цвет автомобиля, динамичная композиция, элементы активного отдыха, где актуализируется фрейм «путешествий», «открытый». Визуальный код (яркий автомобиль на фоне городской среды с элементами активного отдыха) усиливает данный фрейм. Рекламное сообщение формирует ассоциации с молодостью, энергией и приключениями. Билингвы, как правило, лучше понимают слоган и его отсылку к концепции «мышления вне рамок», что может усиливать эмоциональное воздействие рекламы.

Автореклама *Honda HR-V* со слоганом “*EXCEPTIONALLY IMPRESSIVE*” представляет собой эксплицитную оценку, направленную на формирование положительного эмоционального отклика. И. И. Зиновьева считает, что именно эмоциональная составляющая рекламного текста играет важную роль в привлечении внимания и формировании отношения к бренду. Формирование фрейма «городской элегантности» и «стильной технологичности» достигается за счёт сочетания слогана и визуальных элементов. Как отмечают З. Д. Попова и И. А. Стернин [10, 200], фрейм представляет собой структурированную совокупность знаний о типичной ситуации или объекте. В данном случае фрейм включает в себя элементы современной архитектуры, стильного дизайна и передовых технологий. Для билингвов, владеющих английским языком, прямое восприятие слогана без посредничества перевода усиливает его эмоциональное воздействие [3, 62]. В данной автомобильной рекламе отражено применение цветовой палитры, акцентирующей глубину и насыщенность, способствует формированию ощущения роскоши и престижа, минималистичный дизайн и четкие линии соответствуют современным тенденциям в автомобилестроении. Билингвы склонны воспринимать данную рекламу как образец современного маркетинга, нацеленного на формирование идеализированного образа автомобиля как символа успеха в городской среде.

Автомобиль *Mitsubishi Xpander CROSS* содержит название, сочетающее в себе указание на расширенный функционал (“*Xpander*”) и внедорожные характеристики (“*Cross*”). Актуализирует противопоставление города и природы, повседневной рутины и приключений. Как отмечают Б. Г. Мещеряков и В. П. Зинченко [8, 300], контраст является эффективным способом привлечения внимания и организации запоминающегося образа. Слоган “*RISE TO YOUR LIFE'S ADVENTURE*” выступает как призыв к активному образу жизни и исследованию мира, апеллирующий к чувству свободы и приключениям, где глагол “*rise*” (подниматься) создает ассоциацию с преодолением препятствий и стремлением к новым высотам. Использование ярких цветов (солнце, небо) и мягкого освещения создает атмосферу «комфортного путешествия». Демонстрирование разнообразных функциональных элементов автомобиля свидетельствует о его практичности и удобстве для семейных поездок. Формирование фрейма «семейных приключений» и «комфортного исследования» достигается за счет изображения

автомобиля на фоне живописного пейзажа, а также демонстрации функциональных особенностей (беспроводная зарядка, активный контроль устойчивости). Эта автореклама может быть особенно привлекательной для билингвов, ориентированных на семейные ценности и активный образ жизни. Сочетание комфорта и функциональности в автомобиле может быть воспринято как оптимальное решение для путешествий и повседневных задач. Как отмечает А. Н. Баранов, манипулятивные стратегии в рекламе сконцентрированы на развитии обусловленных потребностей и желаний у потребителей [1, 80].

Фрейм «городской элегантности» может быть более привлекательным для тех респондентов, которые стремятся к самовыражению через стиль и дизайн, как отмечает А. А. Залевская «индивидуальные характеристики реципиента оказывают существенное влияние на процессы восприятия и интерпретации текста» [2, 120].

Целью эксперимента было установить, какие фреймы и ассоциативные поля активируются в зависимости от визуального контекста и как они влияют на общее восприятие марки. Результаты эксперимента подтвердили гипотезу об интенсивной зависимости интерпретации рекламных роликов от контекста: природный контекст (*Jeep*, автореклама (7): значительная частотность ассоциаций «проходимость» (13 упом.), «свобода», «природа», «приключение» – создается фрейм «активный отдых». Городской сценарий (*Hyundai*, автореклама (8): превалирование ассоциаций «инновации» (14 упом.), «городская среда» (14), «семья» (3) – фрейм «удобство в повседневности». Культурно-маркерный контекст авторекламы (*FIAT*, автореклама 1): компактность, европейский стиль, манёвренность – активизация национального фрейма. Визуальное сопровождение не только усиливало ожидаемые характеристики марки, но и модулировало эмоциональный отклик. Например, наличие семейных пар и детей в кадре повышало упоминаемость категории «семья», а сцены в ночном городе порождали ассоциации с авторитетностью и роскошью (как в случае с авторекламой 3 и 6). Также было зафиксировано, что одни и те же марки воспринимаются различно при смене визуального сценария. Это подтверждает тезис А. А. Леонтьева: «Между смыслом текста и его формой всегда присутствует промежуточное звено – актуализированный у реципиента образ ситуации» [6, 143]. На основе этого следует сказать о том, что контекст в рекламе выполняет не вспомогательную, а смыслообразующую функцию, направляя интерпретацию в заранее заданную рамку. Это значит, что ассоциативные ряды, возникающие в ходе восприятия у испытуемого, представляют собой реактивные отклики на совмещение визуального образа, марки и ожиданий, сформированных социокультурным опытом.

Фреймовое строение восприятия рекламы раскрывает:

- фреймы «удобство», «технологичность», «семья» актуализируются в городском контексте;
- фреймы «приключение», «мощь», «независимость» – в природных ландшафтах;

- фреймы «престиж», «уникальность» – при включении атрибутов элитарности (ночной город, деловой костюм, крупный план логотипа).

Это полностью коррелирует с данными А. А. Залевской, подчёркивающей, что восприятие текста реализуется «через наложение когнитивных схем и оценочных установок, свойственных конкретному субъекту» [2, 187].

Результаты проведенного исследования подтверждают, что билингвизм оказывает существенное влияние на восприятие контекста в рекламе автомобилей. Реципиенты, владеющие двумя языками, более глубоко и многогранно интерпретируют рекламные сообщения, учитывая не только лингвистические и визуальные элементы, но и социокультурный контекст, связанный с каждым языком [2, 7]. В частности, было установлено, что билингвы чаще применяют метафорические и образные ассоциации, что свидетельствует о более развитом абстрактном мышлении и способности к многозначной интерпретации рекламных сообщений. Кроме того, билингвы более критично относятся к рекламным сообщениям, выявляя возможные манипулятивные стратегии и несоответствия между заявленными и реальными характеристиками автомобиля.

Контекст играет решающую роль в восприятии рекламы автомобилей. Эффективность рекламного сообщения зависит не только от качества отдельных элементов (слогана, визуального кода), но и от их взаимодействия, а также от социокультурных и лингвистических особенностей реципиента. Билингвизм оказывает существенное влияние на процессы интерпретации рекламных сообщений, способствуя более глубокому и многогранному пониманию контекста. Реципиенты, владеющие двумя языками, более критично относятся к рекламе и способны выявлять возможные манипулятивные стратегии.

Свободный ассоциативный эксперимент подтвердил, что контекст рекламы активирует неочевидные семантические связи, модулирует значение марки и определяет фрейм интерпретации. Кроме того, следует отметить, что пренебрежение визуально-контекстуальным компонентом может привести к семантическому искажению рекламного посыла. Таким образом, учет контекста – необходимое условие для организации эффективного рекламного сообщения.

Практическая значимость проведенного эксперимента заключается в возможности проектирования рекламных материалов с учётом фреймовой предрасположенности целевой аудитории, что значительно повышает отклик и углубляет смысловое воздействие рекламы на потенциального потребителя.

Библиографический список

1. Баранов А.Н. Манипулятивные стратегии в языке рекламы // Речь. Коммуникация. Реклама. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – С. 74–89.
2. Залевская А.А. Введение в психолингвистику. – М.: Логос, 2001. – 272 с.

3. Зиновьева И.И. Эмоциональная составляющая рекламного текста // Психолингвистика. – 2010. – № 4. – С. 58–66.
4. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1994. – 254 с.
5. Кубрякова Е. С. Язык и знание: на пути получения знаний о языке. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
6. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. – М.: Смысл, 1999. – 288 с.
7. Лурия А. Р. Язык и сознание. – М.: Изд-во МГУ, 1974. – 346 с.
8. Мещеряков Б.Г., Зинченко В.П. Большой психологический словарь. – М.: Прайм-ЕвроЗнак, 2004. – 672 с.
9. Милославский Г.П. Рекламный текст как объект лингвистического анализа // Вопросы языкоznания. – 2004. – № 6. – С. 45–53.
10. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. – Воронеж: Истоки, 2001. – 347 с.

© Корнюшина В.С., 2025

Kornyushina Valeria Sergeevna
Postgraduate student of the Faculty of Foreign Languages
Bryansk State University
named after Academician I.G. Petrovsky
e-mail: lerok-0396@mail.ru

INFLUENCE OF CONTEXT ON PERCEPTION OF CAR ADVERTISING: RESULTS OF AN EXPERIMENTAL STUDY (CONSIDERATION OF THE ROLE OF CONTEXT IN THE INTERPRETATION OF ADVERTISING MESSAGES)

Abstract

The article examines the influence of context on the interpretation of advertising messages in the automotive industry. Based on a free associative experiment with respondents from the Faculty of Foreign Languages (artificial bilinguals with L1 - Russian, L2 - English) using the Google Forms platform, an analysis of the perception of 20 advertising images representing different brands of cars was conducted. It is studied how various contextual parameters (visual, thematic and target) determine associative series and activate hidden meanings in the recipient's mind. Particular attention is paid to the peculiarities of information processing by recipients who speak two languages, and the influence of language competence on the interpretation of advertising messages. The acquired data confirm the hypothesis of a high degree of dependence of advertising interpretation on contextual factors. The results can be used in the field of advertising psycholinguistics, marketing and semantic design.

Keywords: context, advertising, free association experiment, perception, semantic analysis, visual code, bilingualism, frame, precedent phenomena.

ТЕРМИНЫ, СВЯЗАННЫЕ С СУДОВОЖДЕНИЕМ И ТОРГОВЛЕЙ, В ПИСЬМЕННОМ НАСЛЕДИИ МИНОЙЦЕВ

Аннотация

Используя собственные многолетние наработки по дешифровке надписей на минойском и других, родственных ему, языках античного Средиземноморья, автор выделяет в переведенных минойских текстах область номинации, связанную с судовождением по морям и торговлей. В исследовании применяется метод ПЭКФОС, доказавший в 1988 году свою валидность.

Ключевые слова: минойский язык, дешифровка неиндоевропейских текстов, античная Европа, терминология, мореходство, торговля, минойские тексты.

Минойская цивилизация Восточного Средиземноморья внесла большой вклад в развитие различных систем письма на ранних стадиях становления культурных традиций Европы (III – I тыс. до н.э.) [13, 17].

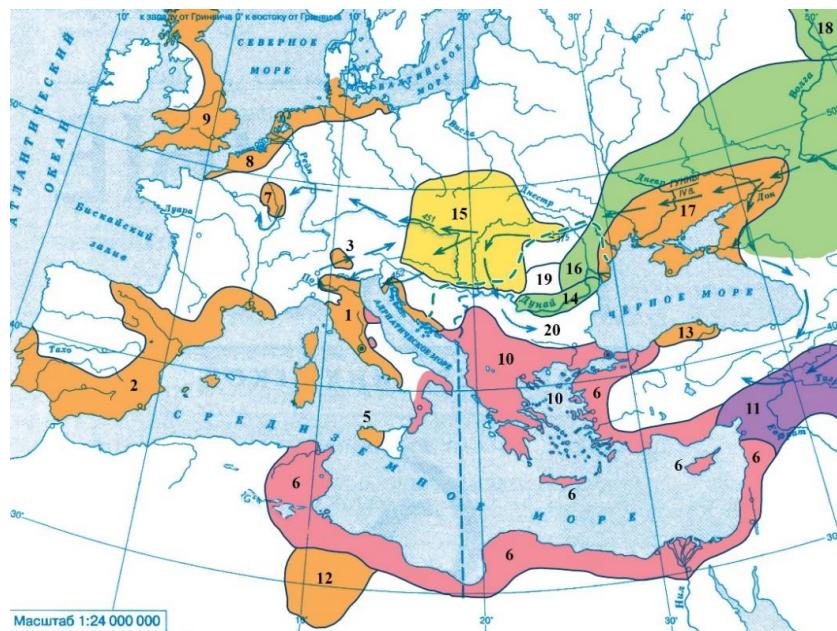


Рис. 1. Карта древнего Средиземноморья, включающая территории, подвластные Минойской державе (розовым цветом) на пике ее могущества в середине II тыс. до н.э. [9, 126].

Народы, родственные по языку минойцам [6, 10]: 1 – этруски, 2 – иберы, 3 – реты.

Являясь прямыми продолжателями Убейдской археологической культуры Древнего Ближнего Востока (VI – IV тыс. до н.э.), а также позднешумерских кочевых группировок Сирийско-Месопотамской степи, минойцы успешно освоили навыки судовождения по морям и технологии морской жизнедеятельности и, как говорят античные источники, «превратились из кочевников степей в кочевников морей». Рано поняв выгоды морской транзитной торговли, они создали свою морскую державу, охватившую к середине II тыс. до н.э. все побережье и острова Восточного Средиземноморья (см. карту на рис. 1 выше).

По мере эволюционирования систем письма на территории Минойской державы наблюдались следующие этапы и зоны формирования разновидностей письменности:

- а) иерогlyphическое форма письма (в основном на самом Крите и побережье Ханаанеи в XVIII–XV вв. до н.э.);
- б) разновидности линейного слогового письма А, В, С (Крит, материковая Греция, Кикладские острова, Кипр, Угарит);
- в) псевдоиерогlyphические системы письма на побережье Финикии и Палестины;
- г) этеокритское, этеокипрское и мессапское письмо (на «подошве» итальянского «сапожка») на основе несколько видоизмененных вариантов алфавитного греческого письма.

Еще в самом начале обнаружения первых образцов минойской письменности в начале XX века европейские исследователи А. Эванс, М. Вентрис, Дж. Чедвик столкнулись с непреодолимыми трудностями в интерпретации содержания минойских надписей. Довольно быстро выяснилось, что минойский язык с его локальными диалектами не относится ни к индоевропейским, ни к семитским языкам. Все знаменитые дешифровщики древних систем письма XIX–XX вв. – в соответствии с традициями европейского классического образования – имели познания лишь в древнегреческом, латыни, древнеегипетском языках и в древнееврейском языке. Минойский же язык демонстрировал свою близость к совсем другой группе языков – к шумерскому, тюркским [1] и древним слоговым «банановым» языкам нынешнего Ирака. На сегодняшний день минойский язык, имеющий сходство с наиболее ранними реликточескими языками античной Европы (этрусским, ретским, пиценским, мессапским, сардским, иберийскими, пиктским и др.), включен в класс так называемых «неклассифицированных неиндоевропейских языков Средиземноморья».

Наше изучение образцов минойского письма началось с 1990-х годов с двух глиняных табличек под шифром RS.20.25, найденной экспедицией Клода Шеффера в 1956 году в развалинах дворцовой библиотеки города Угарит (минойск. Akarit) на полуострове Рас Шамра в Сирии [2, 18].

Выдающийся британский археолог, исследователь минойских дворцов Крита, Артур Эванс уже в 1950 году пришел к выводу о генетическом родстве минойского и этрусского языков [15]. Воспользовавшись этой подсказкой, а

также использовав разработанный нами в 1980 году метод дешифровки древних текстов на неклассифицированных агглютинирующих языках Средиземноморья ПЭКФОС (*последовательное комбинаторно-этимологическое приближение с фонетической обратной связью* [10]), мы приступили к дешифровке наиболее протяженных минойских текстов. Сам же метод ПЭКФОС в 1988 году успешно прошел верификацию при его апробации на самом протяженном этруссском тексте TLE 1, нанесенном на льняные бинты Загребской мумии, происходящей из Среднего Египта (IV в. до н.э.) [7].

По мере расширения поля исследования письменного наследия минойской цивилизации, в период с 1994 по 2024 г., нами были изучены следующие наиболее протяженные тексты на минойском языке:

- крито-минойская надпись на глиняной табличке, выполненной линейным письмом А НТ 86 а, содержащей, на наш взгляд, запрос царя к командиру карательного экспедиционного корпуса по подавлению мятежа на территории материковой Греции [4];
- крито-минойская надпись на золотом перстне-печатке из пещеры Мавро-Спелио, составленная с использованием линейного письма А [8];
- крито-минойская двухсторонняя иерогlyphическая надпись на двухстороннем терракотовом диске из Феста (ориентировано XVI до н.э.), содержащая, на наш взгляд, ряд советов (изложенных в афористической форме) царю (города Фест?) от некоего мудреца по имени Стахий на оптимальные принципы правления для баланса интересов власти и народа [4; 5];
- самая большая двухсторонняя кипро-минойская надпись на терракотовой плите из Энкоми, XIII в. до н.э., выполненная 393 хорошо различимыми силлабическими знаками с географическим описанием (согласно нашему переводу) острова Кипр (Алашия) с прилегающими территориями Малой Азии [3];
- кипро-минойская надпись на бронзовой пластине из Идалейона, выполненная классическим кипрским силлабарием (VII в. до н.э.). Представляется, надпись посвящена проблемам арендно-договорных отношений местных землевладельцев и скотоводов, возглавляемых пасилевсами [6];
- позднеминойская двухсторонняя псевдоиерогlyphическая надпись на бронзовой пластине из Гублы (Библа), содержащая 14+1 строк, по нашему мнению, ориентировано относящейся к VIII в. до н.э. и представляющая собой инструкцию для сбора налогов для таможенной службы морского порта [11];
- позднеминойская двухсторонняя псевдоиерогlyphическая надпись на бронзовой пластине из Гублы (Библа), содержащая 22+19 строк, также, по нашему мнению, ориентировано относящейся к VIII в. до н.э., посвященная вопросам организации надежного судовождения по «египетским морям» [12].

Минойская талассократия фактически была античной торговой империей, успехи которой поддерживались высоким уровнем минойского кораблестроения и штурманского судовождения, а также обеспечивались совершенством логистических схем транзитной торговли. Кроме этого, судя по историческим анналам и переведенным нами текстам, средний слой минойского общества был

довольно демократичным и культурно развитым. В отличие от сугубо патриархальных греческих полисов, женщины пользовались значительно большими привилегиями.

На рис. 2 показана репродукция фрагмента фрески со стен порта г. Акротири на острове Тира (погребенного позже при катастрофическом извержении вулкана) с изображениями небольших торговых и прогулочных судов минойцев при их плавании в лагуне острова Тира [16].

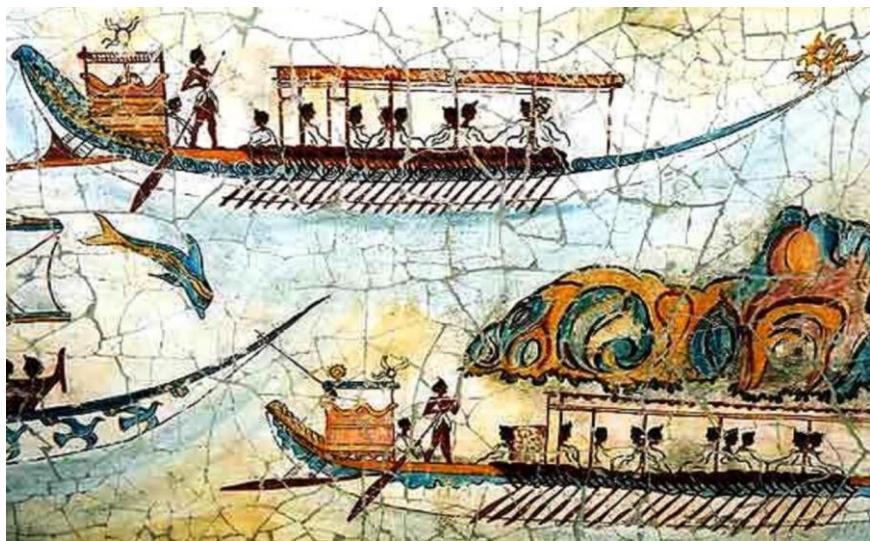


Рис. 2. Репродукция фрагмента фрески со стен порта г. Акротири (XVII в. до н.э.)

Подробное изложение графологического, частотно-фонологического, комбинаторно-этимологического и лексико-грамматического анализа перечисленных выше текстов приводятся в соответствующих публикациях, помеченных ссылками. В настоящем же сообщении мы хотели бы сосредоточиться на обнаруженной в изученных нами текстах морской терминологии, связанной с судовождением по морям и портовой торговлей. Весь представленный далее материал относится только к нашим вариантам интерпретации минойских текстов, полученным нами на основе комплексного лингвистического анализа и метода дешифровки ПЭКФОС. К представленным результатам ни в коем случае не стоит относиться как к окончательным аппроксимациям с высочайшим уровнем валидности и как к последней стадии раскрытия истины. К изложенным примерам лексической коннотации (см. Таблицу) следует относиться как к более многостороннему и семантико-комплексному анализу минойских надписей с привлечением естественно-научных методов проверки адекватности статистических гипотез (с использованием критериев Фишера, Кохрена и др.).

Таблица. Термины, связанные с судовождением и портовой торговлей, в письменном наследии народа минойцев

| | Минойский текст | В этрусском языке*[9] | В казанско-тюркском языке**[14] | Наш перевод на русский язык |
|--|-------------------------------|-----------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| а) Море и его свойства | | | | |
| 1 | dalas | θalas | diŋgez' | «море» |
| 2 | pařθu dalasiri | - | diŋgez' kiŋlege | «морской простор» |
| 3 | tins dalas | tins θalas | diŋgez' tynyč | «штиль на море» |
| 4 | *vulpin | *vulpin | dulkyn | «волна» |
| 5 | elu θure | *el θuri | ture jil' | «попутный ветер» |
| 6 | *davul, pura, zí el | *θavl, pura | davyl, bura | «ураган, буря» |
| б) Корабль, его элементы, оснащение, правила судовождения | | | | |
| 7 | kämä | cana | kämä | «небольшой корабль, лодка» |
| 8 | *parxus, elkan | prxus, prxlθc | jilkän | «парус» |
| 9 | kurok | cruc | qořyq | «киль («хвост корабля»)» |
| 10 | kämä anku | cana ancu | kämä īaŋagy | «борт корабля» |
| 11 | *enacur | encr | - | «якорь=рядом два крючка» |
| 12 | zipe, zepe | zipe, cneθ pave | jep, īuan bau | «веревка, канат» |
| 13 | pi tormüri, pi kuzi θuture | pi turmuri | döres īünältü | «правильно рулить, направлять» |
| 14 | uze | fuzere | īzergä | «плавать» |
| 15 | erox śuti | *zeru śuθive | īörü šuyp | «ходить (по морям), путешествовать» |
| 16 | śipr kuziθutes | *śip cursθutesce | - | «лоцман» |
| в) Портовая торговля | | | | |
| 17 | mina | - | mina | «порт» |
| 18 | matōce | - | mätag | «товар» |
| 19 | manto | - | möher | «печать» |
| 20 | miq, rujan san | mex, meθlum san | bek, räsmi türä | «глава администрации» |
| 21 | satu | satu | satu | «продажа» |
| 22 | miqtar | xulam | mikdar, küläm | «размер, объем» |
| 23 | uše | paxa | oč-, baha | «цена» |

В таблице помеченные одной звездочкой лексические примеры относятся к вариантам нашей реконструкции соответствующих релевантов в этруссском языке (на базе изученных нами лексико-грамматических форм этрунского языка), а две звездочки обозначают, что в этом столбце таблицы использовались выборки как из современного, так и дореволюционного литературных языков [14].

Библиографический список

1. *Латыпов Ф. Р.* Пратюрские черты этрунского языка в связи с ностратической теорией // Кратк. тез. докл. науч. конф.: Древние культуры Евразии и античная цивилизация. – Л.: Изд. Гос. Эрмитажа, 1983. – С. 55–57.
2. *Латыпов Ф. Р.* Комбинаторно-этимологический анализ двух кипро-минойских надписей из Угарита (ч. 1,2) // Ядкяр. – 1995. – № 3. – С. 99–110.
3. *Латыпов Ф. Р.* Название сторон света в кипро-минойской надписи XIII в. до н.э. из Энкоми // Тез. докл. Междунар. конф. по первобытному искусству. – Кемерово: Изд-во САИПИ, 1998. – С. 168–170 (франц.).
4. *Латыпов Ф. Р.* Исследование этрунского и минойского языков на основе фonoэволюционной пратюрской гипотезы и комбинаторно-частотных методов. – Уфа: Китап, 1999. – 276 с.
5. *Латыпов Ф. Р.* Транслитерация иероглифических знаков и интерпретация содержания текстов на сторонах А, В Фестского диска акрофоническим методом на материале этрунского языка // Сб. науч. статей к 60-летию профессора Р. З. Мурясова: Germanica. Slavica. Turkica. – Уфа: Изд-во БашГУ, 2000. – С. 322–334.
6. *Латыпов Ф. Р.* Кипро-минойская лексическая компонента в пиджин-древнегреческой силлабической надписи на бронзовой пластине из Идалейона // Сб. матер. IV Междунар. науч.-практич. конф.: Язык и культура. – Новосибирск: ЦРНС, 2013. – С. 7–13.
7. *Латыпов Ф. Р.* Фрагменты текста Загребской мумии об обряде человеческого жертвоприношения (IV в. до н.э., Египет): тайные замыслы этрусской элиты // Проблемы востоковедения. – 2014. – № 3. – С. 85–91.
8. *Латыпов Ф. Р.* Афористическое поучение в минойской спиральной надписи на золотом перстне из Мавро-Спелио // Вестник АН Респ. Башкортостан. – 2014. – Т. 19. – № 4. – С. 57–62.
9. *Латыпов Ф. Р.* Общие сведения, основные группы слов и дословные переводы крупнейших этрусских текстов на русский, английский и итальянский языки. – Уфа: Полиграфдизайн, 2014. – 152 с.
10. *Латыпов Ф. Р.* От исследования механизмов декодировки звуковых сигналов в слухо-речевой системе человека (СРСЧ) к дешифровке древних текстов на пратюрских языках Запада // Матер. Междунар. науч.-метод. конф. «VIII Орзебаевские чтения по теме: Археология, этнология и музеология в системе современного высшего образования». – Алматы: Казак ун-ті, 2016. – С. 434–437.

11. *Латыпов Ф. Р.* На пути к пониманию назначения и содержания древнеливанской надписи на бронзовой пластине из Гублы: комплексный лингвистический анализ // Сб. статей по материалам LXXXVIII междунар. науч.-практич. конф. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК», 2024. – №11(74). – С. 29–40.
12. *Латыпов Ф. Р.* Рекомендации по организации надежного судовождения по «египетским морям», размещенные в двухсторонней древнеливанской надписи D (22+19) на бронзовой пластине из Гублы // Сб. статей по материалам LXXXIX Междунар. науч.-практич. конф. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК», – 2024. – №12(75). – С. 38–47.
13. *Молчанов А. А.* Таинственные письмена первых европейцев. – М.: Наука, 1980. – 119 с.
14. *Хамзин К. З., Махмутов М. И., Сайфуллин Г. Ш.* Арабско-татарско-русский словарь заимствований (арабизмы и фарсизмы в языке татарской литературы). – Казань: ТКИ, 1965. – 854 с.
15. *Evans A. J., Myres J. L.* Scripta Minoa. – Oxford. – Vol. 1,2. – 1952.
16. Fresco from the bronze age excavation of Akrotiri, Santorini, Greece. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Файл:Akrotiri_rosettes.jpg (дата обращения 20.04.2025).
17. I primi Europei e loro misteri: grandi civiltà del passato. – Milano: Hobby & Work Italiana, 2009. – 168 p.
18. *Masson O.* Document chypéro-minoen de Ras Shamra (1968) sous la dir. De Claude F.A. Schaeffer. – Paris: Geuthner, 1969. – P. 379–392.

© Латыпов Ф.Р., 2025

Latypov Farit Rafgatovich
 Candidat of technical Science, associate professor
 Associate professor, Ufa State Oil Technical University
 Fluid Dynamics of Pipeline Networks and Fluid Machinery Department
 e-mail: vei10@yandex.ru

TERMS RELATED TO SEA NAVIGATION AND TRADE IN THE WRITTEN HERITAGE OF THE MINOANS

Abstract

Using his own long-term experience in deciphering inscriptions in Minoan and other related languages of the ancient Mediterranean, the author identifies in the translated Minoan texts (using the CECAPF method, which proved its verifiability in 1988) an area of nomination related to sea navigation and trade.

Key words: *Minoan language, decipherment of non-Indo-European texts of ancient Europe, terminology of navigation and trade in Minoan texts.*

Мельникова Анастасия Александровна

Старший преподаватель

Уфимский университет науки и технологий,

Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации

e-mail: a-m2000@yandex.ru

Ишбердина Миляуша Флюровна

Старший преподаватель

Уфимский университет науки и технологий,

Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации

e-mail: flurkblz@mail.ru

ТЕХНОЛОГИЯ НАПИСАНИЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО ЭССЕ

Аннотация

В статье описана технология подготовки текста академического эссе. Рассматривая основные требования, предъявляемые к текстам научного стиля и жанра эссе, среди которых композиционная строгость на основе принципа триады, логичность, аргументированность, рациональность и умеренная эмоциональность, авторы разрабатывают рекомендации для написания текста учебного эссе. Исследователи определяют данный жанр как первую ступень в освоении коммуникации в научной сфере и рекомендуют осваивать его в первый год обучения в вузе.

Ключевые слова: академическое эссе, композиция, принцип триады, тезис, факт, аргументация, аргумент, фабула аргумента, поддержка аргумента, аргументы «к логосу», аргументы «к человеку», абзац, микровывод, вывод.

С целью повышения культуры научной и деловой коммуникации среди студентов в Уфимском университете науки и технологий в программу подготовки бакалавров была включена дисциплина «Технологии эффективных деловых и научных коммуникаций».

Со студентами первого курса ведется подготовка к написанию своих первых текстов в научном стиле. Научная статья – это публичный продукт, в связи с этим при его создании необходимо учитывать объективные закономерности восприятия информации широким кругом читателей. Цель дисциплины – научить студентов для выражения и обоснования своих идей писать научные тексты кратко, убедительно и удобно их организовывать.

Очевидно, что по завершении курса (72 зачетные единицы), выполнив комплекс заданий, студент не научится создавать убедительные научные статьи. Курс предполагает лишь написание учебных научных текстов: реферата и учебного (академического) эссе. В данной статье мы опишем технологию работы по созданию студенческого эссе, предназначенного для узкого круга читателей:

преподавателя и студентов группы. Данный вид научных текстов рассматривается нами как основа для создания грамотно написанных научных статей в дальнейшем [5].

Традиционно жанр эссе используется в публицистическом стиле и определяется следующим образом: «Очерк, трактующий литературные, философские, социальные и другие проблемы не в систематическом научном виде, а в свободной форме» [6]. В данной работе мы касаемся разновидности данного жанра – эссе академического – используемого в научной коммуникации. Академическое эссе – один из распространённых видов научных текстов, предназначенный для демонстрации (или проверки) умения самостоятельно рассуждать о проблеме, анализировать материал в процессе исследования проблемного вопроса и строить аргументацию. Еще с начала 20 века данную форму письма используют для проверки знаний учащихся и их умения логически мыслить [1].

В первую очередь ценность данного жанра для обучения академическом письму заключается в том, что студенты в процессе работы учатся высказывать именно личные размышления по поводу обсуждаемого вопроса, давать свою трактовку материала и, самое важное, оформлять их в виде текста. Эссе развивает самостоятельность, смелость и оригинальность в выдвижении идей и их аргументации. Когда речь заходит об эссе академическом, то свобода в изложении мыслей заменяется на строгую структуру. В своей работе мы используем структуру, предложенную И. Б. Короткиной, по мнению которой подобного рода эссе – это базовая модель академического текста вообще [4]. Таблица 1 – «Пятиабзацное эссе» – схематично дает понять, как построено научное сообщение, то есть какие структурные компоненты включает и какую информацию эти компоненты содержат.

Таблица 1. Пятиабзацное эссе [4]

| | | |
|-----------------------|---|--|
| Введение | | <ul style="list-style-type: none"> • Интрига • Постановка проблемы • Тезис |
| Основная часть | Первый абзац: развитие 1-ого аспекта | <ul style="list-style-type: none"> • Заглавное предложение • Обоснование (факты/объяснения) • Заключительное предложение (желательно) |
| | Второй абзац: развитие 2-ого аспекта | <ul style="list-style-type: none"> • Заглавное предложение • Обоснование (факты/объяснения) • Заключительное предложение (желательно) |
| | Третий абзац: развитие 3-ого аспекта | <ul style="list-style-type: none"> • Заглавное предложение • Обоснование (факты/объяснения) • Заключительное предложение (желательно) |
| Заключение | | <ul style="list-style-type: none"> • Перечисление выводов по аспектам • Заключительный комментарий • Взгляд в будущее (рекомендации/оценка/прогноз) |

Как любой текст, эссе начинается с актуализации проблемы. В центрах академического письма учат рассматривать интригу в начале статьи как маркетинговую уловку и использовать для ее создания по возможности факты, вызывающие сильные эмоции. Начиная свою речь с целью защитить или опровергнуть тезис, студент описывает некоторую проблемную ситуацию (актуальную для большей части аудитории), давая таким образом понять, что проблема, разбираемая им, важна и касается многих. В данной работе для студентов 1 курса используют сторителлинг и вопросно-ответный метод как риторические приемы. Роль интригующего начала, к примеру, может выполнять подтвержденный факт понесения наказания за речевое преступление кем-либо из известных людей (или кем-то из знакомых). Второй вариант создания интриги – вопрос, касающийся базовых человеческих потребностей, например, в безопасности: «Задумывались ли вы когда-нибудь, что слова (не драка, не присвоение чужого имущества), обычные слова могут привести любого из вас на скамью подсудимых? – Наверняка, вам это даже не приходило в голову!»

Научный текст рождается с целью доказать в результате рассуждений правоту/истинность того или иного суждения. Суждение – это мысль, которую необходимо оформить грамматически в виде предложения повествовательного характера, чтобы данная мысль стала доступна другим участникам коммуникации. В работе над текстом эссе мы называем грамматически оформленное суждение тезисом. Таким образом тезис – это высказывание в форме утверждения/отрицания наличия каких-либо свойств, качеств объектов, а также причинно-следственных связей, нуждающееся в доказательстве (например, «Развитие soft skills важнее развития hard skills»).

В теории аргументации к тезису предъявляют ряд требований, соблюдение которых делают его, собственно, тезисом и повышают его качество (сильный тезис/слабый тезис): 1) форма повествовательного предложения (студенты часто ошибочно формулируют его в вопросительной форме: «Влияют ли орфоэпические ошибки на орографию?»); 2) однозначность (во-первых, в тезисе не могут на равных быть представлены две точки зрения: « X имеет как положительные, так и отрицательные последствия для Y »; во-вторых, формулировка в данного вида тексте должна быть простой и не содержать двусмыслинности (не в форме афоризма); 3) наличие модальности/оценочности (модальные слова, прилагательные, наречия: «следует/эффективен/возможно/существует и др.»); 4) спорность (следует учитывать, существует ли противоположное мнение по данному поводу, иначе данное утверждение следует рассматривать как факт, а не как тезис: «Мы живем в Российской Федерации», ср.: «Мы живем в самой красивой стране»); 5) фальсифицируемость – принципиальная возможность доказать, что данный тезис в определенных условиях опровергим (тезис: «Положение ударения в слове влияет на его значение» – условия опровержения: «Слово, употребленное в контексте, позволяет установить его истинное значение, несмотря на ошибку в ударении») [7].

Тезис, как уже было сказано выше, должен быть хорошо сформулирован, а после доказан с помощью аргументов. Аргумент – «суждение (или совокупность взаимосвязанных суждений), посредством которого обосновывается истинность какого-либо другого суждения (или теории)» [2].

Студенты осведомлены о том, что существует несколько видов аргументов. Мы используем следующую классификацию: глобально все аргументы делятся на аргументы «к логосу» – рациональные аргументы, относящиеся к сути дела, то есть к доказываемому тезису – и аргументы «к человеку» – аргументы, апеллирующие к эмоциям, убеждениям, привычкам. Для доказательства истинности тезиса студентам рекомендуется использовать аргументы первого типа – рациональные (в научной сфере признаются исключительно таковые). К ним относят, например, реальные факты (1991 год – год распада СССР); статистику (согласно данным Росстата, в среднем по стране на 1000 свадеб приходится 900 разводов); законы природы (закон всемирного тяготения); официальные документы (УК РФ 128.1. Клевета); мнения экспертов (раздел «Справочная служба» на сайте Грамота.ру). Аргументы «к человеку», строго говоря, являются некорректными в научном споре, и тем не менее в ряде случаев их так же рекомендуется использовать (не в качестве основных), так как «спор – это не только столкновение умов, но и столкновение характеров и чувств» [2]. К аргументам данного вида относятся аргументы к авторитету (наш ректор считает, что...); к личности спорящего (его характеру, привычкам, предшествующим поступкам, родственным связям); к человеческим эмоциям: аргумент к гордости (vas наградят), выгоде (кто задает вопросы на лекции, освобождается от...), жалости (много долгов, не успел...пожалуйста), к силе (кто не сдает работу в назначенный день, будет иметь дело с ...), к мнению большинства (быть /не быть «как все»).

Учитывая закономерности восприятия информации, для организации основной части эссе мы рекомендуем студентам использовать принцип триады – принцип конструирования текста на базе трех аспектов (сторон) проблемы. Данный метод конструирования текста берет начало в Античности: уже тогда авторы понимали, что в процессе доказательства своей идеи одного и даже двух аргументом недостаточно для того, чтобы убедить аудиторию. Так же они понимали и то, что избыток аргументов (освещаемых аспектов проблемы) мешает доказательству и снижает воздействие на аудиторию. В дальнейшем в эссе возможно использование большего количества компонентов в основной части, но на начальном этапе мы настаиваем на трех. Итак, принцип триады рекомендуется использовать по следующим причинам: 1) остается в памяти адресата без особых усилий с его стороны (три мысли легко запоминаются) 2) заставляет автора выбрать из множества возможных аспектов/аргументов только самые важные, напрямую относящиеся к проблеме, или объединить близкие идеи между собой; 3) помогает пишущему легко выстроить аспекты/аргументы в соответствии с определенной логикой (хронология /важность /сложность /причина-следствие и т.д.)

С целью обоснования тезиса аргументы приводятся в совокупности и их количество (как и качество) должно быть достаточным. Здесь мы настаиваем на триаде как количестве необходимом и достаточном. При этом оговаривается, что два аргумента в работе – обязательно «рациональные», а один может быть «к человеку». Необходимо хорошо продумать логику предъявления ряда обоснований, так как аргументы не могут быть равнозначными, и их последовательность должна соответствовать восходящей (от слабого к сильным) или нисходящей (от наиболее сильного аргумента к более слабым) стратегии.

Аргумент должен состоять из следующих компонентов: 1) фабулы (коротко сформулированного довода), 2) поддержки (разъяснения довода) и 3) иллюстрации (статистических данных, расчётов, реальных/предполагаемых ситуаций). Рассмотрим структуру аргумента в пользу тезиса «Командная работа эффективна». Он будет строиться следующим образом: «Проект, над которым работает команда, реализуется в более короткие сроки (фабула). Очевидно, что с одним и тем же объемом работы быстрее справится не один сотрудник, а несколько человек, так как смогут разделить ее на «участки» и назначить ответственного за каждый «участок» (поддержка). Например, быстрый ремонт болида или анализ его состояния во время пит-стопа возможны только при наличии команды, натренированной бригады механиков: 22 человека проделывают все необходимые манипуляции с машиной приблизительно за 3,8 секунды! (иллюстрация)».

В дальнейшем принцип триады используется не только для организации содержательной стороны текста, но для организации его структуры: 1) контроля трехчастной структуры во всей работе: введения, основной части и заключения (модель пятиабзацного эссе); 2) контроля структуры абзаца. Абзац, рекомендуемый для использования в подобного рода работах, должен строиться таким образом, чтобы в нем четко выделялись заглавное предложение и предложение/предложения, обеспечивающие развитие главной идеи в нескольких аспектах, а также заключительное предложение. Для начала в заглавном предложении необходимо заявить тему абзаца (это некоторое утверждение) с возможным указанием нескольких аспектов ее развития (обоснования утверждения,). Далее вводятся предложения для конкретизации информации: объяснение/доказательство положения из заглавного предложения, предъявление фактов/иллюстративного материала. В конце абзаца иногда уместно ввести предложение, служащее микровыводом и переходом к следующему абзацу (следующей мысли) (табл. 2). Замечено, что абзац функционирует чаще всего в усеченном виде: без заключительного предложения (табл. 3) [3].

Таблица 2. Структура абзаца. Вариант 1

| | |
|--|--|
| Заглавное предложение (фабула) | Ультразвук безопасен для человека и очень хорошо ... проникает сквозь ткани человеческого тела, помогает получать объемное изображение внутренних органов человека. |
| Развитие темы (аргументация/разъяснение) | Ультразвук в этом идет навстречу само строение человеческого организма — границы между сосудами и кровью, между опухолью и нормальной тканью по-разному отражают ультразвук, позволяя заметить тонкие изменения в структуре и расположении внутренних органов. |
| Микровывод | Учитывая, что при этом ультразвук совершенно безвреден для человеческого организма, в ряде случаев уместно заменить им рентгеновское исследование [3]. |

Таблица 3. Структура абзаца. Вариант 2

| | |
|--|---|
| Заглавное предложение (фабула) | <i>Вода — необходимый участник всех обменных процессов.</i> |
| Развитие темы (аргументация/разъяснение) | <i>Все питательные вещества и соли могут всосаться в кровь, только будучи растворенными в воде, равно как и все химические процессы в клетках возможны только в присутствии воды [3].</i> |
| Микровывод | ----- |

Следует отметить, что не во всех примерах, приведенных выше, имеется конкретный иллюстративный материал (факты), однако в работе над эссе студенты обязаны включать данный материал в композицию абзаца.

Последний абзац эссе – вывод: необходимо сформулировать позицию в одном предложении. При этом должна быть использована следующая модель:

- 1) вывод (по поводу истинности исходного тезиса), поскольку,
- 2) во-первых, фабула первого аргумента,
- 3) во-вторых, вторая фабула и,
- 4) наконец, последняя фабула.

При формулировке вывода в академическом эссе студентам рекомендуется использовать изменение синтаксической структуры первоначального утверждения (тезиса) с сохранением первоначального смысла: *Природу необходимо защищать – Природа нуждается в нашей защите – Забота и защита – вот что требуется природе от нас.* Это делается для того, чтобы научить умению выражать одну мысль разными способами – более или менее эмоциональными/рациональными. Так же возможно изменять формулировку фабулы аргумента с сохранением смысла. Данное умение помогает обеспечить воздействие речи как на критически настроенных читателей/слушателей, так и на эмоциональных.

Представленная технология создания академического эссе является важным этапом формирования навыков научного письма у студентов начальных курсов. Академическое эссе – это форма научной коммуникации, характеризующееся строгой структурой, логической аргументацией, а также авторской интерпретацией. В отличие от публицистического эссе, оно требует четкого формулирования тезиса, строгой рациональной аргументации и четкой композиции.

Основная ценность академического эссе в образовательном процессе заключается в том, что оно развивает навыки критического мышления, самостоятельного анализа проблемы и умения отстаивать свою точку зрения. Использование принципа триады, четких и строгих требований к тезису и аргументам, а также последовательной структуры текста способствуют формированию культуры научного письма.

Таким образом, овладения навыками написания академического эссе является важным шагом в профессиональном становлении студентов, способствующим их дальнейшей научной и исследовательской деятельности.

Библиографический список

1. Гусева М. С., Дмитриева Е.О. Региональная экономика и управление: методология академического эссе: учеб.-метод. пособие / М.С. Гусева, Е.О. Дмитриева. – Самара: Издательство Самар. гос. экон. ун-та, 2017. – 68 с.
2. Ивин А. А., Никифоров А. Л. Словарь по логике. URL: <https://azbyka.ru/otechnik/Spravochniki/slovar-po-logike/26> (дата обращения: 23.10.2024).
3. Колесникова Н. И. От конспекта к диссертации: учебное пособие по развитию навыков письменной речи. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 288 с.
4. Короткина И. Б. Базовая модель академического текста и три аспекта риторики и композиции. URL: https://studme.org/80666/dokumentovedenie/bazovaya_model_akademicheskogo_teksta_aspekte_ritoriki_kompozitsii (дата обращения 30.10.2024)
5. Осипова Е. И., Погребная И. Ф. Совершенствование навыков академического письма: последовательность написания эссе // Перевод и сопоставительная лингвистика. 2016. № 12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-navykov-akademicheskogo-pisma-posledovatelnost-napisaniya-esse> (дата обращения: 16.10.2024).
6. Большой толковый словарь русского языка / Ред. Кузнецов С.А. URL: <https://gufo.me/dict/kuznetsov/эссе> (дата обращения 20.10.2024)
7. Шадаева Л. И. Способы выражения тезиса // Вестник БГТУ имени В. Г. Шухова. – 2015. – № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-vyrazheniya-tezisa> (дата обращения: 23.10.2024).

© Мельникова А.А., Ишбердина М.Ф., 2025

Melnikova Anastasiya Aleksandrovna
Senior Lecturer
Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: a-m2000@yandex.ru

Ishberdina Milyausha Flyurovna
Senior Lecturer
Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: flurkblz@mail.ru

ACADEMIC ESSAY WRITING METHOD

Abstract

This article describes the technique for preparing an academic essay. Examining the main requirements for texts in the scientific style and the essay genre, including structural rigor based on the triad principle, reasonableness, argumentation, rationality and measured expressiveness, the authors develop recommendations for writing an academic essay. The researchers define this genre as the first stage in mastering scientific communication and recommend its learning during the first year of studies in the University.

Key words: academic writing, text structure, triad principle, thesis, fact, argumentation, argument, narrative of the argument, support for the argument, logical argument, argumentum ad hominem, paragraph, micro-conclusion, conclusion.

Мухтарова Динара Равиловна
Старший преподаватель
Уфимский университет науки и технологий,
Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации
e-mail: mdinara2905@gmail.com

Ефимова Марианна Васильевна
Кандидат филологических наук, доцент
Доцент, Уфимский университет науки и технологий,
Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации
e-mail: marigrig1@rambler.ru

КОЖНО-ГАЛЬВАНИЧЕСКАЯ РЕАКЦИЯ ИНДИВИДА КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ОТЛИЧИТЕЛЬНЫХ ГЕНДЕРНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ИСПЫТУЕМЫХ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕРМИНОВ ИНТЕРНЕТА И ТЕОРИИ МУЗЫКИ)

Аннотация

В статье рассматриваются результаты экспериментального исследования эмоциональной оценки кожно-гальванической реакции испытуемых с использованием анализатора медленной электрической активности мозга «АМЕА». Проводится сравнительный анализ экспериментальных данных с учетом гендерных характеристик эмоциональной напряженности testируемых респондентов при восприятии стимульных единиц терминосистем Интернета и теории музыки. Анализируются данные среднего значения показателей по различным областям мозга исследуемых носителей языка.

Ключевые слова: эксперимент, кожно-гальванический прибор, активность мозга, термин, стимул, респонденты, реакция.

Рассматриваемое исследование выполнено в рамках одного из десяти направлений, ориентированных на изучение суггестивного потенциала вербальных стимулов, разработанных учениками Уфимской психолингвистической школы под руководством Т. М. Рогожниковой [7]. При разработке данного направления используется анализатор медленной электрической активности мозга «АМЕА», регистрирующий уровень постоянных потенциалов мозга (УПП) через анализ кожно-гальванических реакций и являющийся важным показателем гармоничной работы головного мозга человека [3]. Прибор автоматически анализирует измеренное значение УПП и классифицирует его в диапазоне от «значительно пониженного» до «значительно повышенного».

Для оценивания состояния индивида, его умения адаптироваться к изменениям окружающей среды и изменениям собственного эмоционального

фона проводят анализ кожно-гальванической реакции (КГР), которая понимается как изменение электрической сопротивляемости кожи в зависимости от степени физиологического и эмоционального состояния человека.

Под УПП понимают устойчивую разность потенциалов милливольтного диапазона, регистрируемую между мозгом и референтными областями с помощью усилителей постоянного тока. При стабильном функциональном состоянии эта разность потенциалов устойчива в пределах 1 мВ в течение десятков секунд [8, 27].

С целью проведения экспериментального исследования с помощью анализатора активности мозга испытуемого были выбраны термины из сферы Интернета и термины теории музыки, такие как *бас, аппликатура, вольта, пентатоника, мордент, гиперсылка, шлюз, оптимизатор, виджет, реселлер*. Данный стимульный материал является результатом пилотного эксперимента, проведенного с целью определения частотности использования исследуемых терминов двух различных терминосистем: с одной стороны, развивающейся системы, требующей систематизации знаний данной сферы, с другой стороны, устоявшейся системы, соответствующей нормативным требованиям. С целью изучения эмоционального состояния носителей языка при реагировании на исследуемые слова в данном экспериментальном исследовании использовались как зафиксированные в словарях терминоединицы, так и вновь заимствованные языковые средства двух терминосистем [1].

В эксперименте приняли участие студенты, обучающиеся по направлению подготовки «Специальные организационно-технические системы» Института информатики, математики и робототехники Уфимского университета науки и технологий. Тестирование проходило в два этапа: на первом этапе респонденты выступали в качестве тестирующих стимулы, относящиеся к профильным специальностям, на втором этапе испытуемые тестировали термины незнакомой научной области в качестве неспециалистов. В ходе экспериментального исследования было протестировано 10 человек, в частности, 5 девушек и 5 юношей в возрастном диапазоне от 19 до 21 года.

Экспериментальное исследование проводилось в соответствии с обязательным ознакомлением испытуемых со структурой проведения эксперимента, с точным алгоритмом работы используемого устройства с целью получения достоверных показателей анализатора медленной электрической активности мозга «АМЕА», который представляет собой прибор для «считывания» показателей работы головного мозга. Подробное описание использования прибора в эксперименте освещено в работах Д. Р. Мухтаровой, М. В. Ефимовой [2; 4; 5].

Рассмотрим анализ данных экспериментального исследования с учетом гендерных характеристик испытуемых, которые были разделены на две группы. Измерения проводились в пяти областях – на лобной, левой и правой височной области, теменной, затылочной областях мозга. Одно слово-стимул – одно измерение.

В лобной части расположен проекционный, двигательный центр, который тесно связан с исполнительными функциями: принятие решений, произвольные действия, их организация и планирование, контроль сложных интеллектуальных процессов.

Левое и правое полушария головного мозга выполняют разные функции и отвечают за разные типы мышления. Левое полушарие обеспечивает регуляцию речевой деятельности, функцию устной речи, письма, счета и логического мышления. Правое полушарие участвует в распознавании и анализе зрительных, музыкальных образов, формы и структуры предметов, в сознательной ориентации в пространстве [6].

Теменные доли отвечают за интеграцию сенсорной информации, играют центральную роль в обработке тактильных ощущений, таких как прикосновение, давление, боль и температура. Участвуют в управлении пространственной ориентацией и координации движений, помогают понимать пространственное расположение объектов, ответственны за многообразный организованный опыт человека, приобретенный с раннего детства (кинетические навыки одевания, ходьбы, хватания, доставания, пользования столовыми приборами и т.д.).

Затылочные доли в первую очередь отвечают за обработку зрительной информации. Эта часть мозга отвечает главным образом за зрение. Другими словами, принимает и обрабатывает всё, что мы видим. Анализирует такие понятия, как форма, цвет и движение, с помощью нее мы обрабатываем визуальные образы и делаем соответствующие выводы [9].

В табл. 1 и 2 приведены исходные данные при измерении эмоционального состояния испытуемых.

В табл. 1 представлены данные показателей УПП девушек на материале терминов Интернета.

Таблица 1. Показатели потенциала мозга девушек (термины Интернета)

| Ряд | Зоны | среднее значение | Испытуемые (девушки) | | | | |
|-----|--------------|------------------|----------------------|-------|-------|-------|-------|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | лоб | 13,236 | 1,58 | 23,12 | 11 | 2,84 | 27,64 |
| 2 | висок левый | 9,552 | 0,34 | 5,82 | 19,82 | 19,74 | 2,04 |
| 3 | висок правый | 5,076 | 0,9 | 13,04 | 1,24 | 2,02 | 8,18 |
| 4 | затылок | 5,368 | 4,28 | 11,86 | 2,78 | 0,52 | 7,4 |
| 5 | темя | 8,032 | 4,36 | 2,82 | 27,58 | 4,56 | 0,84 |

В табл. 2 представлены данные показателей УПП юношей на материале терминов Интернета.

Таблица 2. Показатели потенциала мозга юношей (термины Интернета)

| Ряд | Зоны | среднее значение | Испытуемые (юноши) | | | | |
|-----|--------------|------------------|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | лоб | 23,692 | 7,38 | 14 | 24,78 | 32,44 | 39,86 |
| 2 | висок левый | 15,784 | 10,76 | 7,1 | 19,54 | 15,84 | 25,68 |
| 3 | висок правый | 17,604 | 11,78 | 9,7 | 20,08 | 19,3 | 27,16 |
| 4 | затылок | 18,38 | 18,14 | 22,88 | 25,38 | 10,96 | 14,54 |
| 5 | темя | 19,892 | 25,76 | 26,96 | 23,44 | 10,72 | 12,58 |

Согласно данным табл. 1 и 2 получены средние значения 5 областей мозга 10 испытуемых (пяти девушек и пяти юношей). Сравнительный анализ данных показывает, что среднее значение показателей эмоциональной оценки юношей выше (от 1,65 до 3,47).

Результаты экспериментальных данных также представлены на диаграммах, отражающих показатели УПП в двух группах испытуемых. Диаграммы выполнены в трехмерном измерении (3Д) в программе Excel, которая позволила структурировать анализ полученных данных и провести визуализацию измерений, представленных в таблицах.

На данных диаграммах отражаются каждый испытуемый, ряды – зоны измерения областей мозга и шкала измерений эмоционального состояния. Программа не позволяет технически оформить полностью все ряды (ряд 2 и ряд 4). Используемая программа позволила графически представить данные таблиц в виде диаграмм, в которых программа произвольно выбирает цветность для каждого пяти шагов измерения.

На рис. 1 построена поверхность по данным показателей 5 областей измерения (ряд 1–5) 5 испытуемых – девушек (1–5). Понятие «ряд» определяется как измерение пяти областей мозга. Диаграмма 1 показывает измеренное значение УПП от «в пределах нормы» до «умеренно повышенного». Отдельные значения классифицируются как «умеренно пониженные» и «значительно повышенные».

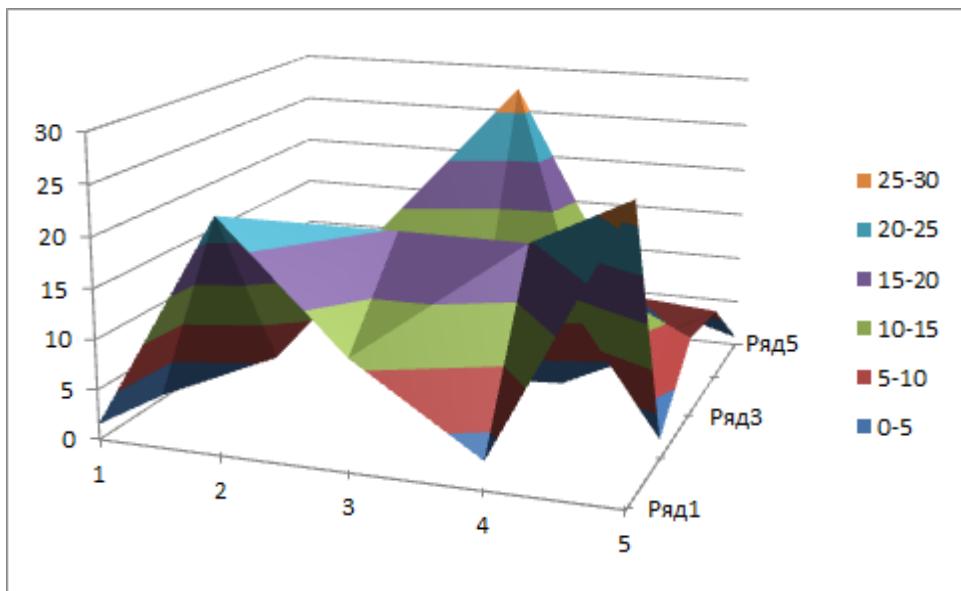


Рис. 1. Поверхность данных 5 областей мозга (ряды) девушек (термины Интернета)

Рис. 2 показывает поверхность, построенную по данным измерения показателей 5 областей (ряд 1–5) 5 испытуемых – юношей (1–5). Прибор регистрирует у юношей показатели активности от «в пределах нормы» до «значительно повышенного».

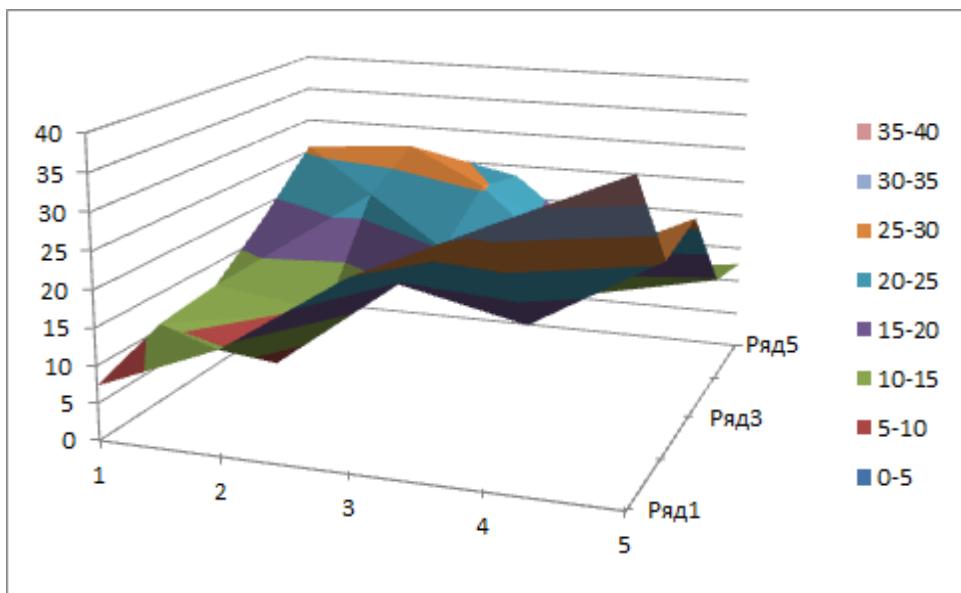


Рис. 2. Поверхность данных 5 областей мозга (ряды) юношей (термины Интернета)

Аналогичным образом получены данные испытуемых с реакцией на термины, относящиеся к теории музыки. В таблицах 3 и 4 приведены исходные данные при измерении эмоционального состояния испытуемых.

В табл. 3 представлены данные показателей УПП девушек на материале терминов теории музыки. Показаны средние значения 5 областей мозга 5 испытуемых.

Таблица 3. Показатели потенциала мозга девушек (термины теории музыки)

| Ряд | Зоны | среднее значение | Испытуемые (девушки) | | | | |
|-----|--------------|------------------|----------------------|-------|-------|------|-------|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | лоб | 14,258 | 2,11 | 23,02 | 11,32 | 5,26 | 29,58 |
| 2 | висок левый | 6,756 | 0,22 | 9,98 | 17,06 | 6,34 | 0,18 |
| 3 | висок правый | 3,964 | 0,22 | 6,66 | 1,02 | 2,2 | 9,72 |
| 4 | затылок | 5,472 | 2,9 | 11,96 | 1,98 | 3,8 | 6,72 |
| 5 | темя | 7,772 | 5,24 | 0,64 | 29,64 | 2,76 | 0,58 |

В табл. 4 представлены данные показателей УПП юношей на материале терминов теории музыки. Представлены средние значения 5 областей мозга 5 испытуемых.

Таблица 4. Показатели потенциала мозга юношей (термины теории музыки)

| Ряд | Зоны | среднее значение | Испытуемые (юноши) | | | | |
|-----|--------------|------------------|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | лоб | 22,672 | 7,6 | 10,72 | 27,66 | 29,28 | 38,1 |
| 2 | висок левый | 17,052 | 11,52 | 8,48 | 22,88 | 16,04 | 26,34 |
| 3 | висок правый | 17,92 | 10,58 | 11,08 | 20,08 | 17,82 | 30,04 |
| 4 | затылок | 19,292 | 19,04 | 25,58 | 25,08 | 8,48 | 18,28 |
| 5 | темя | 19,376 | 25,08 | 29,02 | 22,42 | 9,56 | 10,8 |

Согласно данным табл. 3 и табл. 4 представлены показатели УПП девушек и юношей на термины теории музыки с учетом средних значений 5 областей мозга 5 испытуемых. Сравнительный анализ данных показывает, что среднее значение показателей эмоциональной оценки юношей выше почти в 4 раза (от 1.59 до 4.57). В результате анализа данных было выявлено, что среднее значение показателей эмоциональной оценки юношей является более высоким, чем у девушек как на термины теории музыки, так и на термины Интернета.

На рис. 3 построена поверхность по данным показателей 5 областей измерения (ряд 1–5) 5 испытуемых – девушек (1–5) из таблицы 3. Из данной диаграммы видно, что измеренное значение УПП от «в пределах нормы» до «умеренно повышенного». Некоторые значения регистрируются как «значительно повышенные».

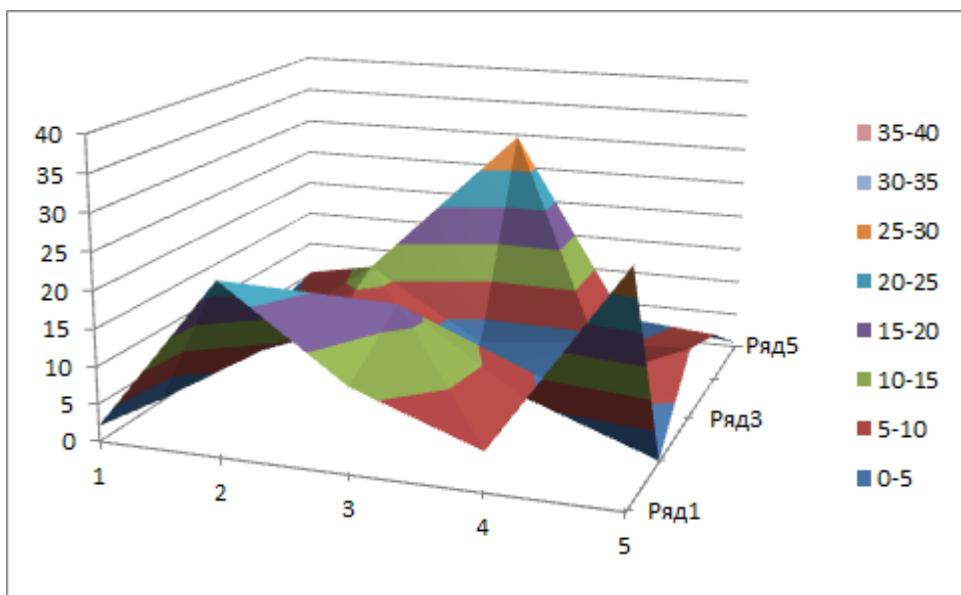


Рис. 3. Поверхность данных 5 областей мозга (ряды) девушек (термины теории музыки)

Рис. 4 показывает поверхность, построенную по данным измерения показателей 5 областей (ряд 1–5) 5 испытуемых – юношей (1–5). Показания прибора регистрируются у юношей показатели активности мозга от «в пределах нормы» до «значительно повышенного».

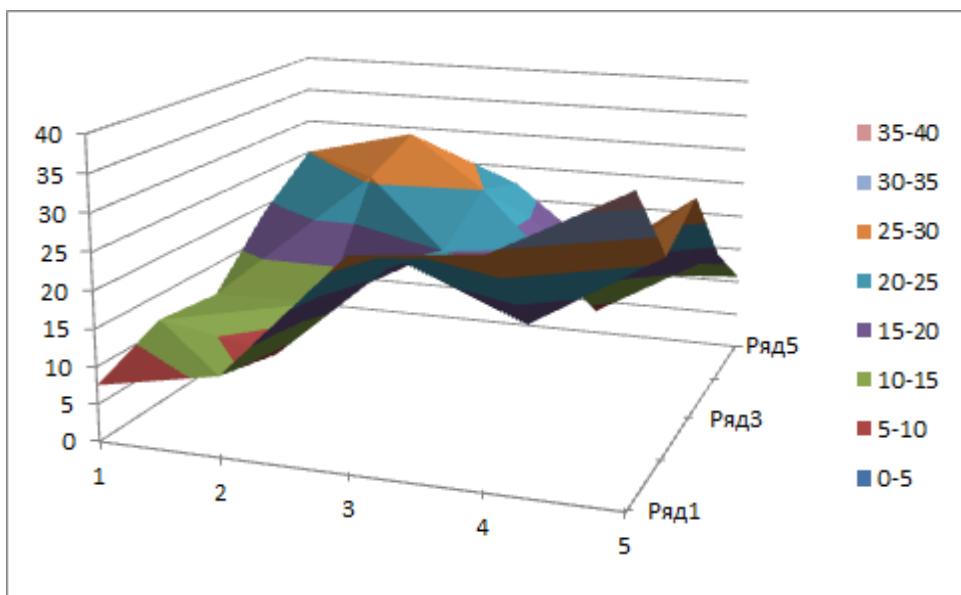


Рис. 4. Поверхность данных 5 областей мозга (ряды) юношей (термины теории музыки)

Таким образом, по результатам проведенного анализа экспериментального материала представляется возможным говорить о выявленной разнице в реакциях испытуемых на стимульные слова на основе подсчитанных средних значений всех исследуемых областей мозга респондентов. Полученные

результаты могут способствовать продолжению экспериментального исследования эмоционального состояния испытуемых через кожно-гальванические реакции.

Библиографический список

1. Ефимова М. В. Психолингвистические особенности функционирования термина в индивидуальном сознании: автореферат диссертации ... кандидата филологических наук: 10.02.19 / М. В. Ефимова. – Ижевск, 2015. – 24 с.
2. Ефимова М. В., Мухтарова Д. Р. Процедура анализа эмоциональной оценки индивидуального ответа при измерении кожно-гальванической реакции. // Теория языка и межкультурная коммуникация. – Курск: Курск. гос. ун-т, 2022. – № 2 (45). – С. 133–146.
3. Мухтарова Д. Р. Кожно-гальваническая реакция на вербальный стимул как инструмент оценки эмоционального состояния человека. // Теория и практика языковой коммуникации. Материалы XI Международной научно-методической конференции. – Уфа: УГАТУ, 2019. – С. 169–180.
4. Мухтарова Д. Р., Ефимова М. В. Исследование эмоциональной оценки кожно-гальванической реакции индивида // Теория и практика языковой коммуникации. Материалы XIII Международной научно-методической конференции. Уфа: УГАТУ, 2021. – С. 131–135.
5. Мухтарова Д. Р., Ефимова М. В. Исследование эмоциональной оценки Кожно-гальваническая реакция как инструмент оценки эмоционального состояния индивида. // Теория и практика языковой коммуникации. Материалы XIV Международной научно-методической конференции. – Уфа: УГАТУ, 2022. – С. 167–174.
6. Популярная медицинская энциклопедия. – М.: «Советская энциклопедия», 1991. – 631 с.
7. Рогожникова Т. М. Суггестивный потенциал языковой системы и его стратегические возможности в процессе коммуникации // Теория языка и межкультурная коммуникация. – Курск: Курск. гос. ун-т, 2016. – № 4 (23). – С. 95–108.
8. Фокин В. Ф., Пономарева Н. В. Энергетическая физиология мозга. – М.: Изд-во «Антидор», 2002. – 248 с.
9. Kosslyn S. M. (1994) Image and brain: the resolution of the imaginary debate. Cambridge, Mass; MIT Press.

© Мухтарова Д.Р., Ефимова М.В., 2025

Dinara Ravilovna Mukhtarova
Senior Teacher, Ufa University of science and technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: mdinara2905@gmail.com

Marianna Vasil'evna Efimova
Candidate of Philological Sciences, associate professor
Associate professor, Ufa University of science and technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: marigrig1@rambler.ru

INDIVIDUAL GALVANIC SKIN REACTION AS THE INDICATOR OF DISTINCTIVE GENDER CHARACTERISTICS OF THE TESTEES (ON THE MATERIAL OF INTERNET AND MUSIC THEORY TERMS)

Abstract

In this article the results of the experimental research revealing the emotional assessment of galvanic skin reaction of testees are shown. The analyzer of slow electrical activity of the brain called «AMEA» is used. The comparative data of gender characteristics of testees' emotional tension while perceiving different stimuli of the termsystem of Internet and music theory are conducted. The data of average value indicators of different areas of the native speakers' brains are analyzed.

Key words: *experiment, skin-galvanic device, brain potential, term, stimuli, testees, reactions.*

УДК 81

Никитина Элина Георгиевна
Кандидат филологических наук, доцент
Доцент, Уфимский университет науки и технологий,
Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации
e-mail: n-elina83@mail.ru

МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ НА ОСНОВЕ ЗАДАЧ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Аннотация

В статье рассматривается современная методика преподавания технического английского языка в условиях цифровизации образования – обучение на основе задач (Task-Based Learning, TBL). Проанализированы теоретические основания TBL в зарубежной и отечественной педагогике, раскрыта структура урока данного типа, приведён практический пример реализации методики в техническом вузе. Подчёркиваются преимущества TBL,

такие как развитие коммуникативной компетенции, критического мышления и профессиональной лексики. Вместе с тем обозначены ограничения и методические риски применения подхода. Сделан вывод о потенциале TBL как эффективного средства интеграции языкового и профессионального обучения в инженерной подготовке.

Ключевые слова: технический английский, обучение на основе задач, коммуникативная компетенция, технический вуз, профессионально-ориентированное обучение.

Целью данной статьи является анализ современных методик преподавания технического английского языка. В эпоху цифровизации преподавание технического английского языка выходит за рамки традиционного обучения лексике и грамматике. В наши дни требуются более гибкие практико-ориентированные методики. Одной из них является обучение на основе задач (Task-Based learning (TBL)).

Данная методика, активно развивающаяся с конца XX века, представляет собой коммуникативно-ориентированный подход к обучению иностранному языку, при котором основное внимание уделяется выполнению обучающимися практических задач, имитирующих реальные коммуникативные ситуации [5]. В российской педагогической традиции подход также получает признание как средство формирования профессионально-ориентированной иноязычной коммуникативной компетенции [1, 2].

Ключевая идея данной методики заключается в том, что усвоение иностранного языка происходит наиболее успешно в контексте выполнения аутентичных коммуникативных задач, а не посредством традиционного грамматического анализа.

Одним из основателей TBL считается индийский исследователь Нити Саран Прабху, который в начале 1980-х годов провёл известный “**Bangalore Project**” – экспериментальное обучение в школах южной Индии, основанное на решении учебных задач без акцента на точную грамматическую форму. Согласно С. Прабху, языковое обучение наиболее эффективно происходит, когда учащийся сосредоточен на решении задачи, а не на языке как таковом [6].

Существенный вклад в развитие TBL внесла Дж. Уиллис. Она предложила трехэтапную модель проведения урока на основе заданий: этап предзадания (pre-task), основное задание (task cycle) и языковой анализ (language focus) [10]. Эта модель получила широкое распространение благодаря своей педагогической гибкости и эффективности.

Как отмечают И. К. Цаликова и др., «такой подход отнюдь не означает полного невнимания к правильности языкового материала и отсутствие помощи со стороны преподавателя, но здесь работа с языковым материалом лишь сопровождает выполнение задания» [3, 69]. Исследователи отмечают, что процесс обучения языку строится на основе коммуникации и интеракции между учащимися. Язык воспринимается не как изолированная система

лингвистических элементов, а в его социальном контексте. Это означает, что лексические и грамматические формы усваиваются в связи с типичными ситуациями их употребления носителями языка [Op.cit., 70].

Результаты современных исследований свидетельствуют о том, что применение методики TBL приводит к росту мотивации студентов, развитию их критического мышления и совершенствованию коммуникативных навыков. Например, исследования Р. Эллис [5] и более поздние данные [4] подтверждают, что выполнение задач приводит к значительным улучшениям в продуктивных видах речевой деятельности.

В условиях технического вуза задачный подход предполагает выполнение студентами следующих видов заданий:

- описание технических процессов и устройств;
- анализ и интерпретация технических чертежей;
- составление инструкций и технической документации;
- проведение презентаций технических проектов.

Приведем один из примеров применения Task-Based Learning на занятиях по техническому английскому языку в группе, обучающейся в спецпроекте «Крылья Ростеха», реализуемом на кафедре ИНТЕХЯЗ в ФГБОУ ВО УУНиТ:

Ситуация: студентам предоставляется схема авиационного двигателя.
Цель: написать краткую пошаговую инструкцию по запуску турбореактивного двигателя на английском языке.

Развиваемые навыки:

- техническая терминология: *ignition sequence, spool-up, bleed air*;
- страдательный залог: *The engine is started by...*;
- лексика последовательности: *First, then, finally*.

Pre-task (подготовительный этап)

Цель: ввести необходимую лексику и закрепить грамматику, активизировать знания студентов.

- Обсуждение:

В парах или группах студенты обсуждают:

«Что вы знаете о процессе запуска авиационного двигателя?»

Затем делятся мыслями с одногруппниками.

- введение лексического материала:

Технические термины: *ignition sequence, spool-up, bleed air, fuel flow*

Слова-последовательности: *First, then, next, finally*

- повторение грамматического материала:

Страдательный залог: *The engine is started by...*

Мини-задание:

Соотнести термины с определениями / изображениями (по представленной схеме).

Task (основное задание)

Цель: выполнить коммуникативную задачу — написать инструкцию запуска.

Основное задание:

В парах или группах студенты пишут краткую инструкцию запуска двигателя на английском языке, используя новую лексику и повторенную грамматику.

Пример: *First, the master switch is turned on. Then, bleed air is provided by the APU. The engine is spooled up to idle...*

Представляются визуальные материалы: схема запуска двигателя, график или чек-лист.

Фокус на коммуникации, а не на точности.

Planning (этап редактирования и подготовки)

Цель: улучшить и подготовить текст к представлению.

- Студенты редактируют свою инструкцию:

- проверяют грамматику (страдательный залог);
- улучшают терминологию;
- упорядочивают логическую структуру;
- преподаватель даёт индивидуальные рекомендации.

Report (представление задания)

Цель: обмен результатами, анализ работ.

- Каждая группа презентует свою инструкцию.

Группа обсуждает:

- ясность и точность инструкции;
- использование терминов и грамматики;
- соответствие логике запуска.

Post-task (рефлексия и закрепление)

Цель: закрепить полученные знания и языковые структуры.

- Упражнение: тест на вставку правильных форм глаголов в страдательном залоге.

- Квиз: по технической лексике.
- Рефлексия:

«Что нового вы узнали о запуске двигателя и английском языке?»

«Что показалось сложным?»

Преимущества использования методики на основе задач не вызывают сомнений. По мнению Дж. Уиллиса, работа над задачами позволяет совершенствовать навыки, необходимые для принятия решений, анализа данных и оперативного подбора подходящих языковых средств. Это особенно ценно в профессиональной сфере, в частности, в технических областях, где, помимо теоретических знаний, требуется умение быстро и эффективно применять их на практике, особенно в сложных и нестандартных ситуациях [9].

В техническом образовании крайне важно, чтобы студенты не просто заучивали специализированную лексику, а активно использовали ее на практике. Такой подход, основанный на принципах контекстного и проблемно-ориентированного обучения, позволяет лучше усвоить терминологию [7].

Цаликова И. К. и др. отмечают, что «еще одно существенное преимущество технологии «задания ориентированного обучения и преподавания» заключается

в том, что студенты могут применить фактические знания из разных областей, которые они получили на родном языке, в речи на иностранном языке» [3, 70].

Исследователи также отмечают недостатки данного метода. Одним из них является высокое требование к методической подготовке преподавателя. Эффективность Task-Based Learning определяется не только релевантностью выбранных задач, но и методически обоснованным построением этапов pre-task, task и post-task, учитывающим языковую компетенцию обучающихся. Согласно Р. Эллис, имплементация задач безенной структуры, в особенности на начальных этапах, может привести к стагнации языкового развития [5].

В то же время отмечается, что смещение акцента в обучении с грамматики на смысловое содержание может привести к недостаточному развитию грамматических навыков [8].

Необходимо подчеркнуть, что в отличие от традиционных тестов, оценка выполнения задач основывается на более широком спектре критериев, включающем не только точность, но и уместность, а также коммуникативный эффект. Такая многогранность затрудняет создание единых стандартов оценки. [9]. И. К. Цаликова и др. также говорят о спорности оценивания результата и проблематичности выбора критериев оценки. Исследователи подчеркивают, что «главное – это оценивать выполнение коммуникативного задания, а не правильность использования речевого материала, как это бывает в традиционной методике. Можно предположить, что подобное смещение акцента снимает определенные психологические трудности обучающихся, которых обычно сдерживает подсознательный страх сделать ошибку в процессе речи на иностранном языке, обеспечивая, таким образом, успешность его изучения. Именно по этим причинам технология «задания ориентированного обучения и преподавания» стала популярным средством развития беглости разговорной речи и мотивированной уверенности» [3, 71].

Современные тенденции в преподавании технического английского языка свидетельствуют о необходимости отхода от традиционных форм обучения в сторону комплексных, коммуникативно ориентированных подходов. Методика обучения на основе выполнения задач зарекомендовала себя как эффективный инструмент формирования профессионально-ориентированной иноязычной коммуникативной компетенции студентов технических направлений подготовки. Однако вместе с преимуществами она имеет и ряд ограничений, среди которых – сложности грамматической рефлексии у обучающихся, необходимость тщательного этапного планирования заданий и затруднения в стандартизации оценивания. Эти аспекты требуют повышенного внимания со стороны преподавателя, методического сопровождения и адаптации подхода к условиям конкретной образовательной среды.

Таким образом, методика TBL представляет собой перспективный вектор развития языкового образования в техническом вузе, при условии ее разумной и педагогически обоснованной интеграции в учебный процесс.

Библиографический список

1. Зимняя И. А. Педагогическая психология. – М.: Издательская корпорация «Логос», 2000. – 384 с.
2. Нуждина И. А. Проектные и проблемные методы обучения в техническом вузе // Инновации в образовании – 2014. – Вып. № 2. – С. 64–69.
3. Цаликова И. К., Юринова Е. А., Пахотина С. В. Технология Task Based Learning and Teaching на занятия по иностранному языку в вузе // Высшее образование сегодня. – 2016. – № 3. – С. 71–76.
4. Alam M. et all. Historicity, Significance, and Implication of Adopting Task-Based Learning Framework in the Teaching of English: A Critical Review // Scholars International Journal of Linguistics and Literature. – 2023.– Pp. 152–156.
5. Ellis R. Task-based Language Learning and Teaching. – Oxford University Press, 2003.– 387 p.
6. Prabhu N. S. *Second Language Pedagogy*. – Oxford University Press, 1987. – 160 p. URL: <https://gustavorubinoernesto.com/wp-content/uploads/2020/09/N.S.-Prabh-Second-Language-Pedagogy.pdf> (дата обращения 10.05.2025).
7. Richards Jack C., Rodgers Theodore S. Approaches and Methods in Language Teaching. – Cambridge University Press, 2001. – 270 p. URL: https://ia801609.us.archive.org/28/items/ApproachesAndMethodsInLanguageTeaching2ndEditionCambridgeLanguageTeachingLibrary_201610/_Approaches_and_Methods_in_Language_Teaching__2nd_Edition__Cambridge_Language_Teaching_Library_.pdf (дата обращения 28.04.2025).
8. Shehadeh A. Task-based Language Learning and Teaching: Theories and Applications // Teachers Exploring Tasks in English Language Teaching *Quarterly*. – 2005. – № 39 (2) – Pp. 13–30.
9. Willis D. & Willis J. Doing Task-based Teaching. – Oxford University Press, 2007. – 294 p.
10. Willis J. A Framework for Task-Based Learning. – Longman, 1996. – 183 p.

© Никитина Э.Г., 2025

Nikitina Elina Georgievna
Candidate of Philological Science, associate professor
Associate professor, Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: n-elina83@mail.ru

TASK-BASED LEARNING FOR TEACHING TECHNICAL ENGLISH: THEORY AND PRACTICE

Abstract

The article explores a contemporary methodology for teaching Technical English in the context of educational digitalization – Task-Based Learning (TBL). It examines the theoretical foundations of TBL in both international and Russian

pedagogical traditions, outlines the structure of a TBL-based lesson, and presents a practical example of its implementation in a technical higher educational institution. The article highlights the advantages of TBL such as the development of communicative competence, critical thinking, and professional vocabulary. At the same time, it addresses the limitations and methodological risks associated with the approach. The study concludes that TBL holds strong potential as an effective means of integrating language and professional training in engineering education.

Key words: Technical English, Task-Based Learning, communicative competence, technical university, profession-oriented teaching.

УДК 81' 23

Рогожникова Татьяна Михайловна
Доктор филологических наук, профессор
Заведующий кафедрой

Уфимский университет науки и технологий
Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации
e-mail: burzian@yandex.ru

АССОЦИАТИВНАЯ ЦВЕТНОСТЬ ТЕКСТА И РИТМИЧЕСКИЕ ПАТТЕРНЫ МОЗГА

Аннотация

Автор рассматривает латентную взаимосвязь между ассоциативным цветовым обликом текста и ритмическими паттернами мозга, которые активизируются при восприятии данного текста. Рабочей гипотезой исследования стало допущение о существовании причинной зависимости между ассоциативной цветностью текста и ритмами мозга, которую возможно описать с помощью процедуры синкразы. Опираясь на разработанные подходы к анализу ассоциативной цветности вербальной модели, на процедуру синкразы и на установленные с помощью компьютерных программ паттерны мозговой активности, автор впервые описывает латентную обусловленность эмоционального состояния и психологической цветности текста. Общий алгоритм анализа сопровождается иллюстрациями и диаграммами, раскрывающими взаимозависимость названных аспектов.

Ключевые слова: ассоциативная цветность, ритмы мозга, процедура синкразы, вербальная модель.

Латентная взаимосвязь между ассоциативным цветовым обликом текста и мозговыми волнами, которые активизируются при восприятии данного текста, описывалась с помощью разработанной автором процедуры синкразы. Процедура была предложена как один из способов установления

психологического состояния и доминантных эмоций, скрытых как потенциал в вербальной модели. Иными словами, при восприятии текста человек входит в определенное психологическое состояние. Это уравнение с двумя неизвестными: неизвестны «сила» текста (его воздействующий потенциал и качество этого воздействия) и нет достоверной информации о состоянии человека (исследователь опирается на косвенные признаки или на описание самим человеком собственного состояния).

Детально процедура синкразы описана в работах Т.М. Рогожниковой [3; 4]. Напомним, что данный инструмент позволяет через противопоставление результатов, полученных от использования разных инструментов, оценивать воздействующие ресурсы дискурса. С помощью разработанных нами и другими авторами компьютерных программ ([6–10]) мы можем проводить анализ текста по целому ряду критериев: выделять положительные или отрицательные характеризующие признаки конкретного текста, его ритмическую организацию, устанавливать ассоциативную (психологическую) цветность, судить об избыточности или недостаточности проявлений того или иного вида ритмической активности мозга (ритмические паттерны мозга). Установление (с помощью специальных программ) доминантных эмоций человека в момент порождения текста и сопоставление полученных данных с результатами анализа по названным выше критериям позволяют находить глубинную связь между тем, что человек говорит, и как он себя при этом чувствует. Важно уточнить, что это может быть связь между порождаемым речевым продуктом и, как следствие, порожденным этим продуктом эмоциональным состоянием. Возможно, наоборот. Эмоциональное состояние человека является триггером для порождения текста с определенными характеристиками.

Процедуру синкразы не обязательно проводить только лишь через сопоставление видеоряда (установленных эмоциональных проявлений) с другими характеристиками порожденного текста. Напомним, что данный вариант описан в названных выше публикациях. В этом случае с помощью компьютерной программы (автором использована одна из версий программы EmoDetect) устанавливаются доминантные эмоции и определяется эмоциональное состояние говорящего человека. «Мимический сервис» способен трактовать микроэкспрессии лица, проводя их классификацию по базовым эмоциям: радость, гнев, грусть, удивление, страх, отвращение, а также нейтральное состояние. Затем эмоциональные проявления сопоставляются с другими характеризующими дискурс критериями: ритмами мозга, активизирующими при восприятии текста, ассоциативной цветностью, ритмической структурой текста и т.д. Таким образом, можно сказать, что видеоряд, разделенный на кадры, «накладывается» на текстовое воплощение, которое анализируется с помощью специально разработанных для этого инструментов.

Если полученные результаты согласуются между собой, то синкраза классифицируется как «положительная». Попутным результатом, своего рода бонусом, может служить отрицательный результат, когда мы наблюдаем полное

несовпадение характеристик (мы назвали этот результат «отрицательной синкристой»). Анализ с помощью различных инструментов глубинных характеристик текста дает основание предположить, что отрицательная синкриза свидетельствует о возможной неискренности автора или о том, что автор не говорит правду.

В ходе исследований получено достаточно оснований для утверждения, что процедура синкристы может быть реализована по разным основаниям для связи. Например, интересные результаты получены при сопоставлении текстов, созданных политиками прошлых лет. Мы работали с текстами, написанными В.И. Лениным, И.В. Сталиным, Л.П. Берия, А.Я. Вышинским, Л.Д. Троцким, Г.М. Маленковым, В.М. Молотовым, К.Е. Ворошиловым, А.А. Ждановым, Н.И. Бухарином. Первые советские вожди, как правило, писали тексты выступлений сами. В.И. Ленин все свои речи писал сам, поскольку для него было важно завоевать доверие своих слушателей. И.В. Сталин, в силу своего маниакального недоверия к врагам народа, также писал самостоятельно. Речи, с которыми выступали соратники И.В. Сталина у его гроба, безусловно, были написаны ораторами. Тексты писем, которые создал Н.И. Бухарин, сидя в камере внутренней тюрьмы НКВД, ожидая казни и надеясь на помилование, однозначно написаны им. Их просто больше некому было написать. Подбирая материал для анализа, мы уделяли значительное время для уточнения авторства текста. Только найдя убедительные основания для установления авторства, мы проводили сопоставительный анализ и делали выводы об особенностях суггестивной силы верbalных моделей.

В рамках данной публикации приведем лишь один пример – рассмотрим речь Л.П. Берия у гроба И.В. Сталина. Вся речь Лаврентия Павловича была полна слов о великой скорби, которую переживают партия, все народы нашей советской страны и всё прогрессивное человечество. Л.П. Берия говорил о неутолимой боли в сердцах, о неимоверно тяжелой утрате, о наступивших скорбных днях [<http://stalin.narod.ru/beria.htm>].

Предполагается, что стрессовая ситуация, связанная со смертью вождя, должна привести автора к созданию текста, латентные показатели которого будут коррелировать с содержанием текста. На поверхностном уровне – «правильный» текст, полностью соответствующий ситуации всенародной скорби о тяжелейшей утрате. Но так ли выглядят глубинные показатели этой вербальной модели? Обратимся к характеризующим признакам, которые рассчитывались с помощью специального блока программы ДИАТОН (версия СЛОВОДЕЛ) [7]. На диаграмме 1 представлены значимые признаки анализируемого текста. В тексте не обнаружены признаки «печальный», «мрачный», «тосклиwyй», но доминируют такие характеристики как «радостный», «светлый», «возвышенный», «бодрый» и другие. Выделяется еще один значимый признак – «зловещий».

С помощью одного из модулей программы ВААЛ (см. перечень используемых программ: [8]) были проанализированы показатели нагрузки на категории, которые позволяют судить о личных намерениях автора и его

скрытых мотивах. Под категорией в контексте исследования понимается словарь лексических единиц с определенным смыслом. За основу берется частотность употребления слов категории как целого и учитывается показатель «нормальной» частоты употребления слов носителями данного языка. Известно, что существуют установленные эмпирическим путем нормы употребления слов. Зная «нормальную» частоту употребления слов данной категории, возможно подсчитать авторские отличия использования слов данной категории от нормативных показателей. Под профилем категории понимается наглядная (в виде диаграммы) информация о том, как слова различных категорий распределены в тексте.

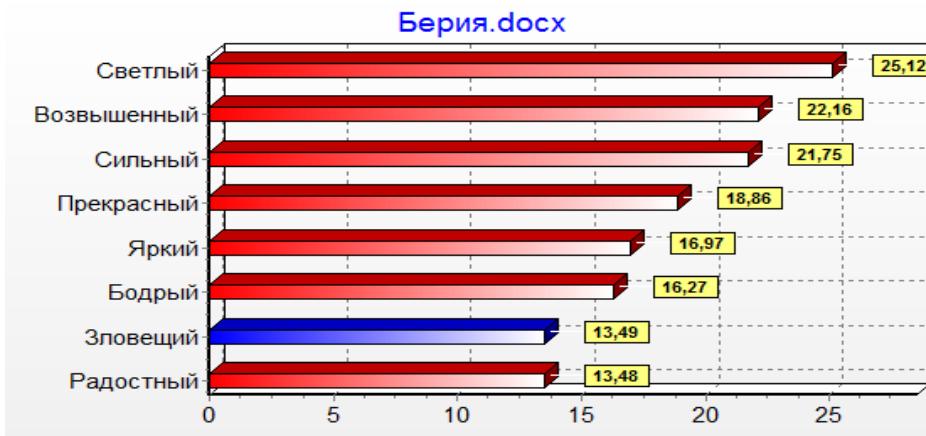


Диаграмма 1. Признаки текста – Речь Л.П. Берия на похоронах И.В. Сталина

На Диаграмме 2 представлены показатели нагрузки на категорию *Мотивы*. Первая колонка называет категорию. Вторая – процент слов данной категории от общего объема текста. Третья – количество слов данной категории, встретившихся в анализируемом тексте. Четвертая – гистограмма визуального представления количественных характеристик распределения. Пятая – оценка отклонения количества встретившихся слов данной категории от среднеязыковой нормы. Это традиционная оценка, используемая в контент-анализе, известная как *z-score*. Рассчитывается по формуле: $(N-E) / (\text{стандартное отклонение})$, где N – количество слов данной категории, встретившихся в анализируемом тексте, а E – ожидаемое число вхождений слов данной категории в текст. Шестая колонка – визуальное представление оценки отклонения количества встретившихся слов данной категории от среднеязыковой нормы. Красным цветом выделяется значительное превышение нормы, серым – несущественное отклонение от нормы либо в сторону её превышения, либо в меньшую сторону.

| КАТЕГОРИИ | N% | N | Cf |
|----------------------|-------|-----|------|
| МОТИВЫ | | | |
| Власть | 18.29 | 190 | 28.4 |
| Желание власти | 10.01 | 104 | 19.3 |
| Страх власти | 0.67 | 7 | 0.2 |
| Достижение | 2.41 | 25 | 4.8 |
| Достижение успеха | 2.41 | 25 | 5.5 |
| Избегание неудачи | 0.00 | 0 | -1.1 |
| Аффилияция | 5.39 | 56 | 11.8 |
| Надежда на поддержку | 1.44 | 15 | 4.1 |
| Страх отвержения | 0.00 | 0 | -0.8 |
| Физиология | 0.38 | 4 | -1.1 |

Диаграмма 2. Нагрузка на категорию *Мотивы* (категориально-статистические оценки Текста – Речь Л.П. Берия на похоронах И.В. Сталина)

Регистрируются высокие показатели мотивов «власть», «желание власти», «аффилияция» (как потребность в создании теплых, доверительных, эмоционально значимых отношений с другими людьми). Значительно меньше показатели «надежда на поддержку» и «достижение успеха», при этом практически нет признаков «страх власти» и «страх отвержения». Текст регистрирует уверенность человека, его оптимистичный настрой, смелость, веру в себя и в свои силы.

Данный текст был проанализирован с помощью специального модуля программы ДИАТОН (версия СЛОВОДЕЛ), связанного с паттернами ритмической активности мозга (см. список использованных программ: [7]). Судить о качестве воздействия речевого продукта можно и через установление доминирующего ритма в паттерне мозговой активности (подробно об этом в работе: [1]). Появление определенного доминирующего ритма, выявленное при работе с вербальным продуктом, означает возникновение того или иного эмоционального состояния, которое данным ритмом характеризуется. При анализе текста сквозь призму мозговых волн появляется возможность делать заключения о качестве воздействия на человека.

На диаграмме 3 показан активированный данной речью паттерн мозговых ритмов, который можно отнести в разряд «идеального воздействия».

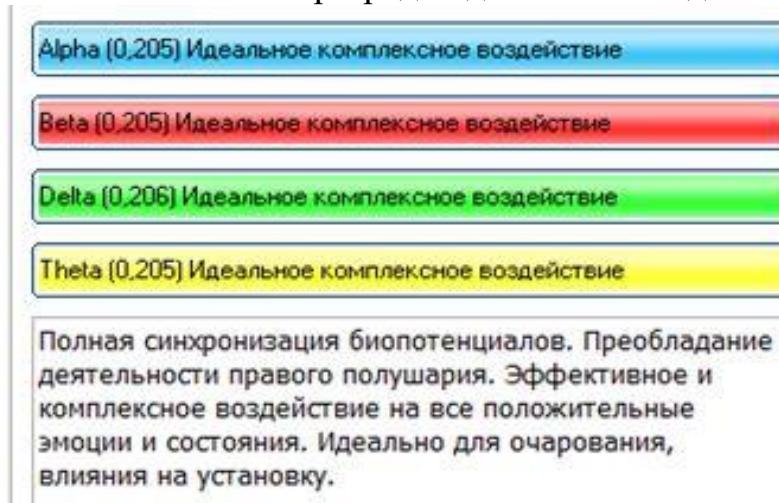


Диаграмма 3. Паттерны мозговых ритмов
(Текст – Речь Л.П. Берия на похоронах И.В. Сталина)

В рамках данной статьи мы бы хотели привести пример латентной связи между ассоциативной цветностью текста и ритмическими паттернами мозга, которые активизируются при восприятии данного текста. С помощью процедуры синкразы возможно проиллюстрировать наличие этой взаимосвязи.

Ранее мы обсуждали вопрос о двух подходах к анализу ассоциативной цветности (подробно об этом: [2]). Напомним, что в рамках первого подхода психологическая цветность анализировалась через сравнение с эталонными или среднестатистическими цветовыми моделями языка, полученными разными способами: по принципу учета равного долевого участия каждой звукобуквы или по показателю частотности использования звукобуквы в дискурсе. Основным результатом стали картины ассоциативной цветности, в которых в равных долях закодированы ассоциативные цвета всех звукобукв русского, английского, немецкого, татарского и башкирского языков. При всех своих достоинствах данный подход имеет ряд недостатков, главным из которых, на наш взгляд, является неполная информация о суггестивной компоненте индивидуальной ассоциативной цветности. Важным критерием оценки суггестивности дискурса оказывается авторское использование в тексте редких по показателю частотности звукобукв в тексте в их соотношении с языком в целом. Второй подход, предложенный программистом Н.Н. Вороновым, основывается на логарифме соотношения. Кроме абсолютных (то есть исходных) показателей также интересны относительные, представляющие собой отношение числового значения параметра, рассчитанного для рассматриваемого текста, к числовому значению, рассчитанному для языка в целом. Для простоты анализа мы использовали логарифм по основанию 2, при котором соотношение 2/1 дает значение 1 ($\log_2 \frac{2}{1} = 1$), а 1/2 – значение –1 ($\log_2 \frac{1}{2} = -1$). Домinantным ассоциативным цветом при таком подходе принимается такой ассоциативный цвет, логарифм соотношения текст/язык которого является максимальным для данного текста.

В данной публикации мы проведем процедуру синкразы, опираясь именно на второй подход к анализу ассоциативной цветности текстов одного автора. Речь пойдет о романе Татьяны Толстой «Кысь» [5]. Это своеобразный сатирический сказ о жизни на Руси после большого Взрыва, принесшего большой урон цивилизации и ставшего причиной мутации русского языка, что для нас особенно интересно. Один из вопросов, который возникает, связан с авторской способностью «удерживаться» на протяжении всего романа в рамках заданного сюжетом алгоритма создания языка-мутанта, языка-пародии. Для выполнения анализа весь роман был разделен на 143 фрагмента, каждый из которых анализировался отдельно, а затем формировался обобщенный образ. Каждый конкретный фрагмент романа имеет уникальную визуализацию из-за неодинакового объема присутствия в тексте того или иного цвета, но при этом были выявлены доминантные цвета, наполняющие все фрагменты романа, что делает их ассоциативные портреты схожими.

Приведем пример фрагмента романа – Текст 1 (из главы А3; объем: 2126 знаков).

«Бенедикт натянул валенки, потопал ногами, чтобы ладно пришлось, проверил печную выюшку, хлебные крошки смахнул на пол – для мышей, окно заткнул тряпицей, чтоб не выстудило, вышел на крыльце и потянул носом морозный чистый воздух. Эх и хорошо же!

Ночная выюга улеглась, снега лежат белые и важные, небо синеет, высоченные клели стоят – не шелохнутся. Только черные зайцы с верхушки на верхушку перепархивают. Бенедикт постоял, задрав кверху русую бороду, сощурился, поглядывая на зайцев. Сбить бы парочку – на новую шапку, да камня нету. И мясца поесть бы неплохо. А то все мыши да мыши – приелись уже. Если мясо черного зайца как следует вымочить, да проварить в семи водах, да на неделю другую на солнышко выставить, да упарить в печи, – оно, глядишь, и не ядовитое. Понятно, если самочка попадется. Потому как самец, его вари не вари – он все такой же. Раньше то не знали, ели и самцов с голодухи. А теперь дознались: кто их поест – у того на всю жизнь в грудях хрипты и булькотня. И ноги сохнут. И еще волос из ушей прет: черный, толстый, и дух от него нехороший.

Бенедикт вздохнул: на работу пора; запахнул запун, заложил дверь избы деревянным бруском и еще палкой подоткнул. Красть в избе нечего, но уж так он привык. И матушка, покойница, всегда так делала. В старину, до Взрыва, рассказывала, все двери то свои запирали. От матушки и соседи этому обучились, оно и пошло. Теперь вся их слобода запирала двери палками. Может, это своеolie, конечно.

На семи холмах раскинулся городок Федор Кузьмичск, родная сторонка, и шел Бенедикт, поскрипывая свежим снежком, радуясь февральскому солнышку, любуясь знакомыми улочками. Там и сям черные избы вереницами – за высокими тынами, за тесовыми воротами; на кольях каменные горшки сохнут или жбаны деревянные; у кого терем повыше, у того и жбаны поздоровей, а иной целую бочку на кол напялит, в глаза тычет: богато живу, голубчики! Такой на работу не пешедралом трюхает, а норовит в санях проехаться, кнутом помахивает; а в сани перерожденец запряжен, бежит, валенками топочет, сам бледный, взмыленный, язык наружу. Домчит до рабочей избы и встанет как вкопанный на все четыре ноги, только мохнатые бока ходуном ходят: хы хы, хы хы. А глазами так и ворочает, так и ворочает. И зубы скалит. И озирается...Ай, ну их к лешему, перерожденцев этих, лучшие от них подальше. Страшные они, и не поймешь, то ли они люди, то ли нет: лицо вроде как у человека, туловище шерстью покрыто и на четвереньках бегают. И на каждой ноге по валенку. Они, говорят, еще до Взрыва жили, перерожденцы то. А все может быть» [5].

Идею визуализации обобщённого цветового образа романа на основе показателей анализа всей выборки фрагментов произведения предложила Т.М. Рогожникова, техническая сторона задачи выполнялась Д.Д. Кудашовым, который разработал общий алгоритм визуализации текста.

Доминирующими цветами приведенного выше фрагмента являются *темно-серый (1.96), сине-зеленый (1.48), черный (1.46)*.

По ассоциативной цветности приведенный фрагмент хорошо согласуется с остальными фрагментами романа, который содержит 16 цветов. На рисунке 1 представлена ассоциативная цветность приведенного фрагмента.



Рис. 1. Визуализация цветового облика фрагмента романа Т. Толстой «Кысь»

Анализ всей палитры ассоциативных цветов, обнаруженных в романе, показал, что доминирующими цветами романа являются – грязновато-зеленый, мышиный, смесь зеленого с коричневым, темный хаки – **95,80%**; сине-зеленый – **63,64%**; черный – **54,55%**. На рисунке 2 представлена визуализация обобщенного цветового облика всего романа Т. Толстой «Кысь».

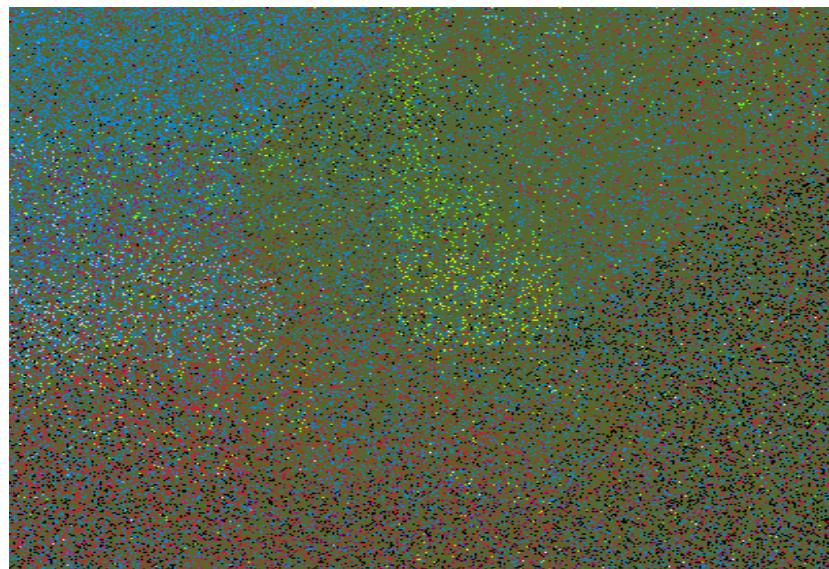


Рис. 2. Визуализация обобщенного цветового облика романа Т. Толстой «Кысь».

Для проведения процедуры синклизы обратимся к показателю «Признаки текста», которые были установлены в ходе анализа текста с помощью компьютерной программы ДИАТОН (версия СЛОВОДЕЛ). На диаграмме 4 представлены доминирующие признаки отрывка, приведенного выше (Текст 1).

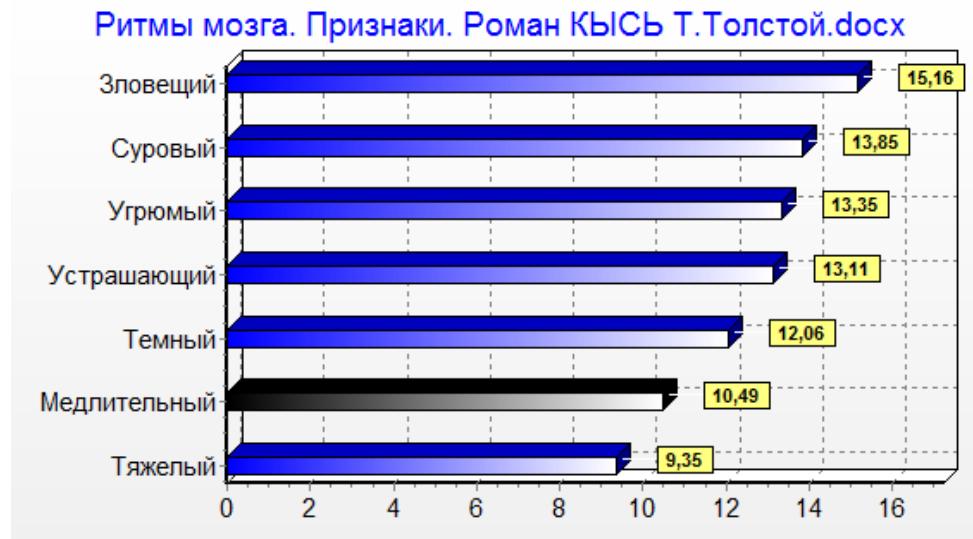


Диаграмма 4. Признаки текста – фрагмента романа (Текст 1) Т. Толстой «Кысь»

Обратим внимание на «депрессивные» показатели как ассоциативной цветности текста (грызновато-зеленый, мышиный, смесь зеленого с коричневым, темный хаки), так и признаков текста (зловещий, суровый, угрюмый, устрашающий, темный, медлительный, тяжелый). В приведенном фрагменте частотность отдельных звукобукв значительно превышает норму (см. фрагмент таблицы 1). Самыми частотными являются звукобуквы **Ш, Х, Ы, Ц, У, Ж**. По всей вероятности, избыток именно этих звукобукв несет ответственность за показатели ассоциативной цветности текста.

Таблица 1. Показатели частотности звукобукв во фрагменте романа Т. Толстой «Кысь»

Частотность букв

| | Текст | Язык | Текст/Язык |
|----------|--------|--------|------------|
| ш | 0.0154 | 0.0073 | 2.12 |
| х | 0.0204 | 0.0097 | 2.10 |
| ы | 0.0309 | 0.0190 | 1.62 |
| ц | 0.0075 | 0.0048 | 1.55 |
| у | 0.0368 | 0.0262 | 1.41 |
| ж | 0.0114 | 0.0094 | 1.22 |

Процедура синкразы предполагает сопоставление несопоставимых при других обстоятельствах параметров: паттернов мозговой активности, ассоциативной цветности и признаков текста. Фрагмент романа (Текст 1) регистрирует следующие паттерны мозговой активности. На диаграмме 5 показаны соотношения ритмов мозговой активности при восприятии данного фрагмента.

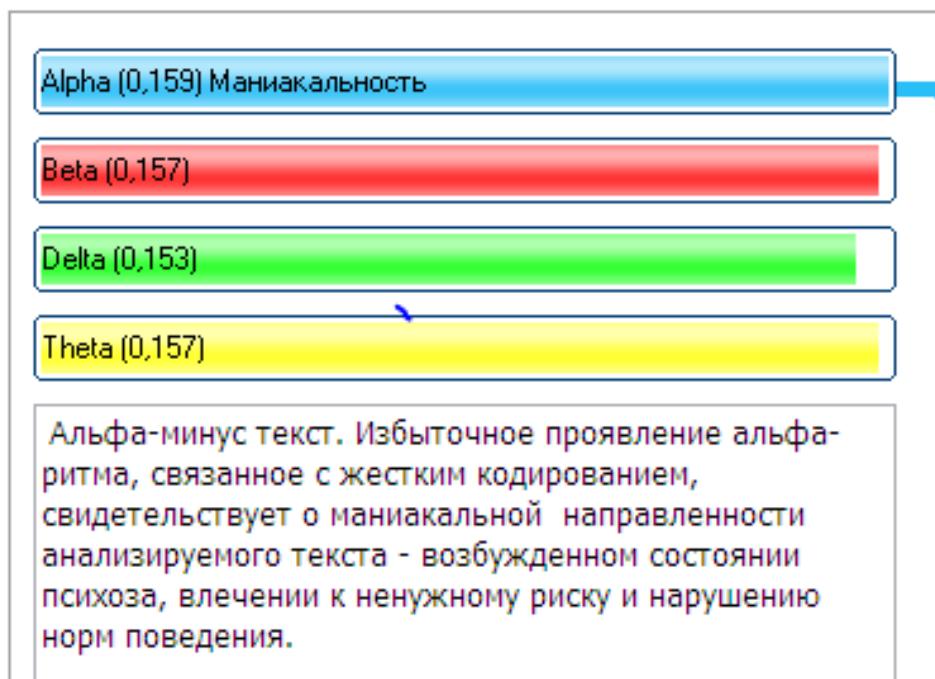


Диаграмма 5. Паттерны мозговых ритмов (Текст 1, фрагмент романа Т. Толстой «Кысь», глава А3)

Анализ 143 фрагментов романа показал, что существует несомненная неосознаваемая и не поддающаяся критическому осмыслению связь между ассоциативной (психологической) цветностью текста, выделенными значимыми признаками текста, а также паттернами мозговой активности. Это значит, что мы можем с достаточной долей уверенности говорить о том, что если ассоциативная цветность характеризуется «депрессивными» тонами, если признаки текста несут в себе негативные характеристики, а ритмы мозга обнаруживают избыточность жесткого кодирования или свидетельствуют о негативной направленности дискурса, то текст обладает высоким потенциалом негативного воздействия на человека. И в этом случае мы можем говорить о высоком суггестивном потенциале верbalного продукта. Потенциал воздействия может быть как положительным, так и отрицательным. Анализ молитвенных текстов на разных языках обнаруживает их высокий положительный суггестивный ресурс.

Библиографический список

1. Рогожникова Т. М. Политическая коммуникация и вербальная суггестия в формате психолингвистической парадигмы // Политическая лингвистика / гл. ред. А. П. Чудинов; ФГБОУ ВО П50 «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2019. – Вып. 2 (74). – С. 24–37.
2. Рогожникова Т. М., Кудашов Д. Д., Мустаев Р. Р. Ассоциативная цветность текста как этнокультурный код ментальности и как прогностический показатель состояния// Теория и практика языковой коммуникации: материалы XI Международной научно-методической конференции / под редакцией Т. М. Рогожниковой. – Уфа: РИК УГАТУ, 2019. – С. 217–237.
3. Рогожникова Т. М. Аналитические инструменты для психолингвистической экспертизы конфликтогенных текстов//Политическая лингвистика. – 2020. – № 5 (83).– С. 164–182 / DOI10.26170/p120-05-15
4. Рогожникова Т. М. Психолингвистическая экспертиза конфликтных текстов// Право в современном мире: достижение метабезопасности как атрибута государства v.2020: Материалы Всероссийской научно-практ. конф.: в 3-х выпусках. – Вып. 1. – Екатеринбург: Уральский ин-т управления – филиал ФГБОУ ВО РАНХиГС при Президенте РФ», 2020. – С. 122–136.
5. Толстая Т. Н. Кысь: Роман/ Толстая Т. – [Переизд.]. – М.: Подкова, 2001. – 380 с.

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ПРОГРАММЫ

6. Бобе А. С., Конышев Д. В. Программа ЭМОДЕТЕКТ (версии 2.3.0, 3.0.) Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2018612628 / правообладатель ООО "Нейроботикс" (RU). – М., 2018.
7. Программа экспертизы текстов внушения ДИАТОН, версия СЛОВОДЕЛ. Лаборатория «Ведиум». Свидетельство о государственной регистрации для программы ЭВМ. № 2008611081.– М., 2008.
8. Шалак В. И., Дымшиц М. Н. Программный продукт/ Психолингвистическая экспертная система ВААЛ. – М., 2005.
9. Рогожникова Т. М., Воронков С. А., Ефименко Н. В., Яковлева Р. В. Программа для ЭВМ БАРИН (Автоматизированный анализ слова и текста). Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2011618299. М. – 2011.
10. Рогожникова Т. М., Кудашов Д. Д. Программа для ЭВМ СЧЕТОВОД (Автоматизированный анализ текстов). Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2014618598. – М., 2014.

© Рогожникова Т.М., 2025

Rogozhnikova Tatiana Mikhailovna
Doctor of Philology, Professor,
Head of the Language and Communication
Advanced Technology Department,
Ufa University of Science and Technology
e-mail: burzian@yandex.ru

ASSOCIATIVE TEXT COLOR AND RHYTHMIC BRAIN PATTERNS

Abstract

The author considers the latent relationship between the associative color of the text and the rhythmic patterns of the brain, which are activated when the text is perceived. The working hypothesis of the study was the assumption that there is a causal relationship between the associative color of the text and the rhythms of the brain, which can be described by means of the synkrisis procedure. Based on the developed approaches to the analysis of associative chromaticity of the verbal model, on the procedure of synkrisis and on the pattern of brain activity established with the help of computer programs, the author for the first time describes the latent conditionality of the emotional state and psychological color of the text. The general analysis algorithm is accompanied by illustrations and diagrams, revealing the interdependence of these aspects.

Keywords: associative color, brain rhythms, synkrisis procedure, verbal model.

УДК 81'23

Рыбка Ирина Николаевна
Кандидат филологических наук, доцент
Доцент, Уфимский университет науки и технологий,
Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации
e-mail: marouf@mail.ru

ПРИМЕНЕНИЕ СТРАТЕГИЙ КОМПЬЮТЕРНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ЛЕКСИКИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Аннотация

Рассматриваются отдельные аспекты преподавания иностранного языка в техническом вузе. Особое внимание уделяется использованию стратегий, связанных с запоминанием иностранной лексики, которые могут способствовать повышению мотивации студентов и использоваться на практических занятиях при разработке учебно-методических материалов. Приводятся отзывы студентов о тестировании компьютерных приложений.

Ключевые слова: мотивация, стратегии запоминания слов, компьютерные приложения, пополнение словарного запаса.

Данная статья является продолжением нашего исследования когнитивных стратегий, используемых при обучении английскому языку, в частности стратегий, связанных с работой памяти, внимания при заучивании новых слов и расширения словарного запаса студентов. Проведенные нами в 2023 году опросы студентов первого, второго и третьего курсов, а также магистрантов Уфимского университета науки и технологий показали, что при изучении новых слов преобладающей является традиционная стратегия заучивания новых слов на иностранном языке: «Несколько раз читаю с переводом и повторяю (про себя и вслух)» и «Закрываю перевод и восстановливаю слово по памяти». Тем не менее появились ответы студентов, связанные с использованием ресурсов, размещенных в сети Интернет [1].

Для рассмотрения возможности использовать компьютерные приложения для изучения новой лексики было проведено тестирование студентами компьютерных приложений по их собственному выбору. Задание по тестированию компьютерных приложений, полученное студентами, включало в том числе поиски ответов на следующие вопросы: есть ли функция изучения слов в данном приложении? Какие методы используются для работы с новыми словами? Есть ли возможность в данном приложении изучать слова по выбору, например, добавлять свои собственные слова (общенаучные глаголы или слова, связанные с чтением текстов по специальности Computer Science или IT) в словарь и тренировать их в приложении?

Приведем отзывы, полученные от студентов 1 курса Института информатики, математики и робототехники Уфимского университета науки и технологий на некоторые компьютерные приложения, размещенные в сети Интернет, и мобильные приложения, работающие на смартфонах. Рассматривались только бесплатные версии.

Simpler

В приложении теоретической информации больше, чем практических упражнений на расширение словарного запаса; имеются аудиоматериалы для отработки произношения и восприятия речи на слух; новые слова включены в группы по 6–12 единиц; нет возможности изучать слова из конкретной профессиональной или тематической области.

Lingvaleo

В приложении слова изучаются по принципу *читаю – пишу – слушаю*. Слова, которые надо запомнить, предлагаются в контексте, а не просто заучиваются по отдельности. Если заниматься по пять минут в день, за месяц можно выучить примерно триста слов.

Приложение работает на телефоне, в браузере, данные синхронизируются. В качестве учебного материала используются статьи, песни, видеоматериалы с возможностью мгновенного перевода незнакомых слов. Есть упражнения для тренировки, которые включают работу с карточками, диктанты,

упражнения на подбор. Здесь отмечается прогресс за день занятий, можно продвигаться по уровням, получать награды.

EWA English

Обучение в этом приложении организуется через чтение книг и просмотр видеоматериалов. Студенты слушают аудиоверсию книг, а затем могут участвовать в диалогах с виртуальными персонажами. Есть встроенные словари и переводчики. Приложение полезно и для изучения новых слов. Особого внимания заслуживает система интервальных повторений, которая действительно помогает запоминать новые слова и практиковать произношение.

Удобно, что слова можно добавлять в словарь прямо во время просмотра видеоматериалов, фильмов и сериалов. Можно остановить выбор на этом приложении, если цель – улучшить разговорный язык, расширить словарный запас для повседневного общения и понимать фильмы в оригинале. В EWA English изучается разговорный английский, бытовая лексика, немного бизнес-английского. Приложение не поможет в изучении профессиональной лексики в сфере компьютерных технологий: для этого потребуется все то, чем студенты занимаются на занятиях по английскому языку в университете.

Duolingo

I feel like I am playing a game, not studying. It is fun, easy to use and it really helps me build a habit. The most important part is learning a little every day thanks to the owl. I started using Duolingo to learn new English words and it really works.

У меня чувство, что я играю, а не учусь. Это весело, легко и действительно помогает выработать привычку. Самое главное, что благодаря Сове учишь понемногу каждый день. Я начал учить новые английские слова с Дуолинго, и это действительно работает (перевод наш – И.Р.).

В этом приложении нет возможности изучать слова по выбору – только платно.

Word Holic

Мобильное приложение Word Holic основано на играх. Для изучения слов в нем существуют карточки, тексты и мини-игры. Слова предлагаются на примере предложений. Здесь можно добавлять свои слова и создавать индивидуальные списки слов для изучения. В приложении имеется статистика по тому, сколько слов уже выучено. Игровой формат позволяет эффективно запоминать даже сложные термины. Приложение само напоминает, когда нужно повторить слова.

DuoCards

Нужные слова в этом приложении можно сохранять в отдельных папках. Потом их легко повторять. Здесь сложный интерфейс и меню, и нужно время, чтобы научиться работать с приложением. Это может оттолкнуть некоторых студентов. В качестве учебного материала используются статьи, видеоматериалы и примеры из реальной жизни.

Это приложение может быть полезно, если нужно закрепить конкретную лексику.

ESOL Courses

Tons of free materials waiting for you to explore them. There is even a section for idioms and slang, which makes me feel like I am learning the kind of English people actually use. It is flexible, useful and best of all – free.

Вас ждут тонны бесплатных материалов. Есть даже раздел с устойчивыми выражениями и разговорной речью, что заставляет чувствовать, что изучаешь английский, которым люди действительно пользуются. Приложение настраиваемое, полезное и самое главное – это бесплатно (перевод наш – И.Р.).

Reword

Приложение организовано так, что слова запоминаются с помощью примеров, ассоциаций и изображений. За месяц можно выучить более сотни слов, также можно быстро повторять их в любую минуту. Можно добавлять свои слова, что очень помогает, когда студенты сталкиваются с новой лексикой на занятиях по английскому языку в университете. Но есть ограничения по объему: только десять слов в день бесплатно. В этом приложении нет игровых элементов. В целом приложение хорошо подойдет для пополнения словарного запаса.

Wlingua

Приложение сочетает в себе несколько методик обучения, включая изучение слов в контексте, аудирование и упражнения для закрепления. В отличие от традиционных методов заучивания изолированных слов, приложение дает их употребление в речевых ситуациях. Например, слово *arrange* сразудается в предложении *She arranged a meeting*, что не только облегчает запоминание, но и помогает усваивать устойчивые словосочетания.

Все слова и предложения озвучены носителями языка, предлагаются британский и американский варианты произношения. Это служит развитию навыков аудирования и правильного произношения. Слова разделены по темам (Еда, Путешествия, Бизнес и другие). Это позволяет изучать слова в контексте и сразу видеть их практическое применение.

Для закрепления слов используются разные типы упражнений: упражнения на выбор, диктанты, заполнение пропусков. Однако приложение дает только общеупотребительное значение слова, в то время как английские слова многозначны. К примеру, слово *run* рассматривается в значении *бежать*, тогда как другие его значения остаются без внимания, например, в выражениях *to run one's business* или *to run a program*.

Приложение не подойдет для изучения лексики по профессиональному английскому из-за невозможности выбирать слова для изучения.

English Galaxy

В этом мобильном приложении акцент делается на расширении словарного запаса. Здесь можно найти слова по 132 тематическим категориям, начиная с основных глаголов и прилагательных до специальной лексики (еда, спорт, животные, профессии и другие темы). Для каждого уровня владения языком в приложении дается список из 1000 самых важных слов. Также здесь есть возможность отмечать знакомые и незнакомые слова. Для каждого слова дается

перевод, транскрипция слова и произношение в британском и американском вариантах. Далее предлагаются упражнения, которые включают задания на сопоставление, перевод слова, восстановление правильного написания слова по буквам. Заниматься изучением новых слов можно без ограничений, не надо ждать восполнения энергии или платить.

Ororo.tv

На этой платформе можно смотреть фильмы и сериалы на английском языке с субтитрами. Субтитры можно включать и выключать, а незнакомые слова переводить прямо в плеере. Однако бесплатно можно смотреть только 30 минут в день, включая рекламу. Это стриминговый сервис, мобильного приложения нет. Для того, чтобы перевести нужную фразу, нужно два раза нажать на нее. Можно выбирать по желанию простые мультсериалы или фильмы с более сложными словами и выражениями.

Для изучения слов из профессиональной области не подойдет.

Полиглот – 16

Это короткие видеоуроки с заданиями для изучения грамматики и лексики на разных уровнях владения языком. Здесь можно заниматься по программе, которую приложение подбирает под ваш уровень знаний. Что касается заучивания слов, то расширение словарного запаса происходит благодаря повторению новых слов, можно тренировать произношение при помощи микрофона, есть рекомендации по исправлению ошибок.

Рассмотренные отзывы позволяют заключить, что компьютерные приложения даже в их бесплатном варианте предоставляют заслуживающие внимания возможности каждому студенту работать над расширением словарного запаса самостоятельно, вне практических занятий по языку в вузе. Из рассмотренных приложений, по-видимому, только два могут быть рекомендованы студентам для запоминания и тренировки специальной лексики, изучаемой на занятиях в университете при чтении текстов по специальности. Это мобильные приложения **Word Holic** и **Reword**.

Если обратиться к искусственному интеллекту и отправить запрос в Chat GPT о возможности использования компьютерных приложений для расширения словарного запаса, он просуммирует преимущества изучения английских слов с использованием приложений, подчеркивая следующие аспекты: индивидуализацию обучения, интерактивность и геймификацию, интервальное повторение, мультимедийную поддержку, доступность и мобильность, контроль прогресса, социальный аспект. А также порекомендует рассмотреть такие приложения, как Memrise, Quizlet, Anki, не вошедшие в обзор.

Поисковик Google предлагает рассмотреть 15 лучших приложений для изучения английского языка.

Выбор компьютерных приложений большой, мы полагаем, что следует продолжить изучение имеющихся ресурсов с целью поиска возможностей оптимизации методов изучения иностранной лексики студентами, выбора стратегий ее изучения со стороны преподавателей, опираясь на лучший опыт.

Все это послужит повышению мотивации студентов к расширению словарного запаса и изучению иностранного языка.

Библиографический список

1. Рыбка И. Н. Использование метакогнитивных стратегий при обучении иностранному языку в техническом // Теория и практика языковой коммуникации. Материалы XVI Международной научно-методической конференции. – Уфа: РИЦ УУНiT, 2024. – С. 166–171.

© Рыбка И.Н., 2025

Rybka Irina Nikolaevna
Candidate of Philological Science, associate professor
Associate professor, Ufa University of Science and Technology, Language and
Communication Advanced Technology Department
e-mail: marouf@mail.ru

THE POSSIBILITY OF COMPUTER APPS USAGE IN FOREIGN LANGUAGE TEACHING IN A TECHNICAL COLLEGE

Abstract

Cognitive theory of learning is investigated. Some principles of metacognitive strategy use in foreign language teaching are examined. English computer applications and memorization-techniques are mentioned in the article. Measures to increase students' motivation with the use of computer apps are observed.

Key words: motivation, English words learning, English apps, memorization techniques.

УДК 81

Таня Василева Тодорова
Аспирант по современному болгарскому языку
Шуменский университет «Епископ Константин Преславский»
Кафедра болгарского языка
e-mail: 2319050058@shu.bg

ЗА НЯКОИ ЛЕКСИКАЛНИ ОСОБЕНОСТИ НА РЕКЛАМНИЯ ДИСКУРС

Аннотация

Настоящая работа направлена на анализ лексических особенностей рекламного дискурса в двух коммуникативных контекстах: традиционных медиа

(телевизионная реклама, радиоролики, реклама в печатных изданиях) и социальных сетях. Анализ основан на примерах за последние четыре года и рассматривает, каким образом язык используется в качестве инструмента воздействия в каждом из указанных контекстов. В то время как традиционная реклама придерживается устоявшихся моделей и нейтрального тона, язык рекламы в соцсетях отличается лексическим экспериментированием, разговорностью и обилием заимствований.

Ключевые слова: социальные сети, поп-культура, лексическое экспериментирование, метафора, каламбур, заимствования, интернет-сленг, калька.

През последните години рекламият дискурс, особено в дигитална среда, преживява динамични промени, които засягат както каналите за комуникация, така и подбора на лексикални средства в рекламиите послания. Настоящото изследване си поставя за цел да анализира някои лексикални особености на рекламият дискурс в два комуникационни контекста – традиционен (видеореклами, излъчвани по телевизията, радиореклами, реклами в печатни медии) и базиран в социалните мрежи. Анализирани са примери от последните четири години, като се проследяват разнообразните начини, по които езикът функционира като инструмент за въздействие.

Наложилите се на пазара компании по-скоро остават консервативни, що се отнася до рекламата – както по отношение на езика, така и в цялостната концептуална реализация на посланията. Липсва стремеж към провокация или епатаж; напротив, във водеща цел се превръща предизвикването на положителни емоции чрез асоциации с универсални човешки преживявания и ценности. Затова и търсенията от големите имена лозунги са онези, които биха резонирали с най-ширака аудитория.

Популярните брандове традиционно разчитат на утвърдени във времето реторически средства. В основата на рекламиите им послания стои предимно преносността – инструмент, който улеснява възприемането на абстрактни идеи чрез образи и асоциации, близки до потребителския опит. Неслучайно според емпирично изследване за най-употребяваните реторически фигури в българските реклами слогани метафората оглавява класацията в почти всички тематични области [2, 68].

Особено често метафората се използва, за да се внуши обобщена представа, че предлаганата стока или услуга допринася за подобряване на качеството на живота. Слогани като «Облечи живота си с нещо безценно» (Answear – платформа за търговия с дрехи), «Потопи се в завладяващия свят на най-добрите изпълнения» (реклама на нов канал към оператора Vivacom) или «Това е Вашият билет за света на красотата» (Notino – платформа за търговия с козметика) изграждат алузия за встъпване в нова, по-добра реалност, която става възможна чрез потреблението на това, което се рекламира. Този механизъм на преносност поставя акцента не върху конкретните характеристики на стоката, а върху психологическия ефект от нейното притежание или използване. В основата на

подобни послания стои представата за потреблението като път към лично израстване и самоусъвършенстване, при което светът на марката се превръща в символна действителност, носеща обещания за по-добро бъдеще. И в трите изведени примера обръщението е във второ лице, което внушава, че адресантът (рекламодателят) се обръща директно към адресата (потенциалния потребител). Тази техника се използва, за да се създаде усещане за индивидуализирана комуникация, както отбелязват Д. Тодорова [6] и В. Бонджолова [1, 10].

В опита си да изградят подобни разпознаваеми метафорични слогани някои копирайтъри прекомерно натоварват текста с реторически похвати, лишавайки го по този начин от необходимите за оптимално въздействие краткост и яснота. Такъв е случаят със следното рекламирано послание на недотам популярната българска компания «Кибрит»: «Избрали сме 4 продукта, които не просто се грижат за кожата – те събуждат сетивата, пречистват ума и канят лятото да остане по-дълго». Изречението, само по себе си антитетична конструкция, съдържа три метафори една след друга, което не води до желания ефект на градация, а създава усещане за затруднено възприемане и излишна претрупаност.

Друга утвърдена стратегия в рекламата е подбирането на думи и изрази, които биха могли да се разтълкуват както буквально, така и преносно, като по този начин се придава жизненост, игравост на текста. Тази двусмисленост, която В. Бонджолова свързва на първо място с каламбура, може да бъде изградена въз основа на полисемия, омонимия или паронимия [1, 80–82]. Тя може да се формира контекстуално [1, 83], а също така да се постига чрез комбинация на текста с аудио-визуални ефекти.

Контекстуален тип двусмисленост може да се открие във видеоматериал на Виваком, в който се рекламират бизнес планове. Посланието е експлицирано чрез митологични мотиви, които поддържат единна тематична линия. Фактическата роля на малкия бизнес е съчтана с поетизиращ наратив, като тези два плана се създават именно в напрежението по линията буквалност – преносност. Във видеото собственичка на малък бизнес е представена като «еднорог» – метафора, която наслоява преносно значение за уникалност и висока стойност върху образа на предприемача. От една страна, се открява буквалният пласт – малките бизнеси като реални икономически субекти с ограничени ресурси, чито усилия често остават незабелязани. От друга страна, към същите хора се реферира чрез метафорично надграждане, изразено посредством лексеми като «еднорог», «великани», «невъзпъти герои». По този начин рекламата създава паралелна, митологизирана реалност, в която обикновените предприемачи се репрезентират като епически персонажи, а самата компания се явява като разкриваща „истинската същност“ на техния принос.

Подобен тип двусмисленост, но не на ниво текстова контекстуалност, а изградена чрез цялостна аудио-визуална концепция, се наблюдава в рекламата на Lidl, озаглавена «Любими парчета». В нея диджей пуска известна мелодия, но вместо оригиналния текст на песента се чува изреждане на хранителни продукти, които той реже на дъска, поставена пред него на мястото, където обикновено

стои диджейският пулт. В тази игра на значения „любимите парчета“ се възприемат едновременно като музикални хитове и като представените хранителни продукти. Като прокарват паралел между две на пръв поглед несвързани реалности, авторите на рекламата стимулират асоциативното мислене на потребителя и създават положителна емоционална ангажираност с бранда.

Сред най-често срещаните в рекламната комуникация, но същевременно по-трудно разпознаващи за „нетренирания“ адресат поради дълбоката им вкорененост в колективното несъзнавано, са т. нар. концептуални метафори. В статията си «Metaphor in Advertising» И. Швьонтек (1995), стъпвайки върху теорията на Лейкъф и Джонсън, идентифицира основните модели на концептуални метафори в рекламата, сред които: «стоките са хора», «продуктите са хора», «компаниите са хора». В ексцерпирания материал два от анализираните примери могат да бъдат отнесени към последната група. Подтипът «компаниите са хора, които взаимодействат с потребителя» [4, 70] е представян от слогана «BILLA – Винаги до вас», който допуска едновременно буквална и преносна интерпретация. Към подтипа «компаниите са (супер)хора» [4, 71] принадлежи лозунгът на Coca-Cola «Всеки може да бъде Дядо Коледа», в който компанията имплицитно се представя като посредник, предоставящ на обикновения човек суперсили при закупуването на продукта.

В съвременната технологична действителност все по-ясно се забелязва тенденцията към обръщане към инструментите на цифровата среда – и в частност социалните мрежи – като средство за постигане на известност и разпознаваемост. В този контекст ролите на адресанта и адресата в комуникативния акт са значително трансформирани: границите между тях са минимизирани, а самата комуникация придобива все по-интерактивен характер. Диалогизацията, която в традиционната реклама е предимно стилизация, прикриваща еднопосочността на комуникацията [1, 10], вече не е мима. Социалните платформи в актуалния си облик предоставят редица възможности за обратна връзка. В тази динамична среда бизнесите все по-често търсят неутъпкани пътеки за изграждане на популярност – стратегии, които са по-икономични, но с потенциал за по-широк обхват и по-бърз ефект. За да бъдат въздействащи реклами, специалистите не се ограничават до възпроизвеждане на класическите модели, разгледани по-горе, а търсят нови комуникативни подходи, съобразени с особеностите на дигиталната среда и нагласите на съвременния потребител.

Това не означава, че онлайн рекламата, създавана от инфлюенсъри, категорично се отказва от утвърдените във времето модели за привличане на аудитория. Например разпознаваемата в българското публично пространство Андреа Банда Банда често използва едновременното активизиране на буквально и преносно значение като търсен похват. В рекламен клип в Instagram за крем против пигментация тя започва с поредица от изречения, чрез които изгражда широк контекст с общочовешки внушения, който би резонирал с аудиторията, без да издава от самото начало рекламния характер на съдържанието: «Днес си мисля за петната в живота ми. Дали има неща, които ми се ще да не бях правила?

(...)». След въвеждането на абстрактния метафоричен план, тя насочва вниманието към петната по кожата в буквния смисъл. В същото видео авторката използва и констатация с генерализиращ характер, изградена чрез градация: «Всеки мой малък недостатък ми се струваше като огромен бъг». С оглед на реторическите средства изречението е напълно характерно за рекламния дискурс, тъй като комбинира персонализиран разказ с универсално послание. Особеното в случая е изборът на лексемата «бъг», която, преминавайки от тесен технически термин към по-широко метафорично значение на „проблем“ изобщо, функционира като маркер за таргетираната по-млада аудитория.

Една от съществените разлики в реклами, насочени към по-широката аудитория от различни поколения и изльзвани по традиционни канали като телевизия, радио и печатни медии, се открива в подбора на лексикални средства. Големите компании, използващи такива канали, обикновено се придръжат към неутрална лексика и прибавят до чужди думи основно когато те са термини, актуални и конотиращи престиж в съответната сфера. Понякога се включват и модерни чуждици от младежкия сленг или попкултурата с цел създаване на игрови ефекти, но тези заемки обикновено са количествено ограничени и играят ролята на търсен акцент. От друга страна, в реклами, създавани от инфлюенсъри, честотата на употреба на чужди думи, и по-специално на лексеми с англо-американски произход, е значително по-висока. Това е показателно за стремежа към приближаване до езика на младата аудитория чрез използване на кодове, характерни за нейната културна и социална среда, и е сред проявленията на значително по-автентичната диалогизация.

Използването на готови чужди формулировки обаче често замества усилието да се намери подходящ еквивалент на български. Тази практика е симптоматична за ограничения речников запас и слабото владеене на българския език сред част от новоналожилите се лица на рекламата, проявяваща се в липсата на чувствителност към прекомерната употреба на чуждици. Типични примери са съществителни имена, вече адаптирани към българската морфологична система, които лесно могат да бъдат заместени със съществуваща дума на български – например вайръл, контент, ексириънс, ивент, тренд, съпорт, колаборация, мърч, глоу ъп, сет (вместо «комплект»), топ (вместо «потник»).

Още по-провокиращо вниманието е обстоятелството, че в онлайн реклами материали, създавани от инфлюенсъри, се вмъкват цели англо-американски пословици и поговорки, възникнали в контекста на попкултурата или интернет сленга – например Not all heroes wear capes, Spill the tea (Андреа Банда Банда). Особено в рекламния дискурс сравнително често се срещат и калкирани устойчиви изрази, както отбелязва Я. Сивилова [3, 95]. Тези калки също произхождат най-вече от попкултурата и интернет сленга – например «Ако получавах по паричка всяки път, когато..., щях да бъда богата» (If I got a dollar every time I..., I would be rich) в реклама на Андреа Банда Банда, «трябва да тичате за него» (You should not walk but run for...) в спонсирана публикация на Стамена Дацева, както и словосъчетания като «стъклена кожа»/«стъклена коса» (glass skin / glass hair), вече наложили се в съответната тематична сфера. В

спонсирано видео, рекламиращо flip.bg, Михаил Стоянов създава езикова игра със значенията на думата flip. Платформата предлага реновирана техника (от англ. *to flip* – «препрдавам след реновиране»), а в края на видеото инфлюенсърът добавя: «Тука ще е много яко да направя back flip», използвайки първото значение на многозната лексема – «задно салто» (Merriam-Webster). Щом авторите на подобни реклами съдържания са убедени, че аудиторията ще декодира играта със значенията на използваните чужди думи, може да се приеме за основателно да се говори за „неконтактен билингвизъм“ [3, 91].

С цел привличане на вниманието на младите маркетинговите стратегии все по-често насярчават употребата на стилизиран език, пренаситен с елементи от интернет сленга, включително стилизации на езика на поколението Gen Alpha. Експликация на тази тенденция е реклама, в която възрастен актьор чете следното послание: «Спрете, сигми! Положението е LIT, lowkey по сар. Седях и simp-вах вкъщи, обаче gyatt-а ми изтръпна от скука. Казах си ‘Спри да си cringe’. Затова си сложих drip-а, взех милата pookie и отидохме на полет с балон от makaroon.bg!». Подобен тип съдържание се създава не с цел постигане на положителна рецепция, а напротив – негативните реакции и коментари всъщност допринасят за по-широкото разпространение на публикацията в алгоритмите на социалните мрежи. Така езикът се превръща в своеобразен „заложник“ на комерсиалните интереси, а все повече компании избират именно подобни шокови стратегии за въздействие онлайн като бърз, евтин и ефективен инструмент за постигане на популярност.

Докато рекламата, насочена към широка аудитория, се придържа към по-умерен езиков регистър, универсални послания и утвърдени модели като използването на преносност и играта с двусмислеността, новият тип реклама, създавана от известни личности в социалните мрежи без маркетингово образование, демонстрира по-висока степен на езиков експериментализъм. Този тип съдържание се характеризира с употреба на чуждици (особено с англо-американски произход) и калкирани устойчиви изрази от интернет сленга и попкултурата. Брандовете, от своя страна, в стремежа си да останат релевантни и да привлекат популярност, започват да генерират стилизации на езика на инфлюенсърите и на младите интернет потребители въобще.

Разликите по оста реклами *преди – сега* са тясно свързани с променената комуникационна ситуация в дигиталната епоха, в която ролите на адресант и адресат са значително трансформирани. Докато традиционната реклама остава до голяма степен еднопосочен канал за въздействие, платформата на инфлюенсърите предполага динамично взаимодействие с аудиторията, което води до разпространяване на ненормативни езикови практики. Тези наблюдения открояват необходимостта от бъдещи изследвания относно дългосрочните ефекти на разглежданите явления върху българската езикова норма и езиковите нагласи на младата аудитория.

Библиографический список

1. Бонджолова В. Особености на рекламния език и стил. Лексикален аспект. – Велико Търново: Фабер, 2015. – 276 с.
2. Катранджиев Х., Велинов И., Радова К. Реторика на българската реклама – емпирично изследване на употребата на реторични фигури в рекламните слогани // Икономически и социални алтернативи. – 2016. – 75 с.
3. Сивилова Я. Калки от английски в българската фразеология // Доклади от международната годишна конференция на Института за български език «Проф. Любомир Андрейчин». – 2021. – Т. 1. – С. 91–98.
4. Swiatek J. Metaphor in advertising // Multilingua. – 1995. – Vol. 14, no. 1. – Pp. 61–74.
5. Merriam-Webster Dictionary. // URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/flip> (дата обращения: 31.05.2025).
6. Тодорова Д. За някои особености на езика на рекламните текстове // LiterNet. URL: https://lternet.bg/publish22/d_todorova/reklamni.htm (дата обращения: 31.05.2025).

© Тодорова Т.В., 2025

Todorova Tanya Vasileva
PhD Student in Contemporary Bulgarian Language
Shumen University "Episkop Konstantin Preslavsky"
Department of Bulgarian Language
e-mail: 2319050058@shu.bg

ON SOME LEXICAL FEATURES OF ADVERTISING DISCOURSE

Abstract

In recent years, the language of advertising has undergone significant transformations, especially in the context of digital communication. This paper aims to analyze the lexical features of advertising discourse in two communication contexts: traditional media and social media platforms. The analysis is based on examples from the past four years and explores how language functions as a tool of persuasion. While traditional advertising generally adheres to established rhetorical models, the language of social media advertising demonstrates a higher degree of lexical experimentation.

Key words: *social media, popculture, lexical experimentation, metaphor, pun, loanwords, internet slang, calque.*

Шияпова Асия Альтафовна

Кандидат филологических наук

Доцент, Уфимский университет науки и технологий,

Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации

e-mail: norwich8@mail.ru

Кирсанова Инна Вячеславовна

Кандидат филологических наук, доцент

Доцент, Уфимский университет науки и технологий,

Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации

e-mail: inna_kirсанova@mail.ru

СИНТЕЗ РЕЧИ – НОВЫЙ ЭТАП В ИССЛЕДОВАНИИ ЕЁ ВОСПРИЯТИЯ И ПОНИМАНИЯ

Аннотация

В данной статье рассматривается применение технологий синтеза речи как перспективного инструмента в исследованиях процессов восприятия и понимания речи человеком. Традиционные методы, основанные на использовании естественной речи, часто ограничены сложностью контроля над акустическими параметрами и вариативностью произношения. Синтез речи, напротив, позволяет создавать речевые стимулы с высокой степенью управляемости и точности, что открывает новые возможности для изучения влияния различных акустических характеристик на процессы восприятия, категоризации и семантической обработки речевых сигналов.

Ключевые слова: восприятие и понимание речи, моделирование речевых сигналов, лингвистика, акустика, голосовые характеристики, синтезатор речи.

Современный высокотехнологичный мир предъявляет особые требования к информационной коммуникации, роль которой приобрела чрезвычайное значение. Для взаимодействия с электронными системами, такими как искусственный интеллект, наиболее эффективным и быстрым способом оказалась устная речь. Результатом стало рождение нового научно-технического направления – технологии речевого синтеза. В основе данной технологии лежат «алгоритмы обработки сигналов для преобразования текстовой информации в аудиосигнал, воспроизводящий речь» [15]. Такой способ позволяет получить информацию в речевой форме от самых разных источников.

История создания синтезаторов речи уходит корнями в 18 век, когда немецкий ученый Христиан Готлиб Кратценштейн [3] попытался смоделировать речевой тракт человека. Его система акустических резонаторов издавала звуки с помощью воздушного потока. С возникновением электрических машин изобретатели увидели перспективы использования электричества для синтеза речи. Автором первого в мире электрического речевого синтезатора стал

американский инженер Хомер Дадли в 1930 году [16]. Ранние модели синтеза речи в первой трети 20 века создавались с привлечением математических моделей для воспроизведения частот человеческого голоса. С их помощью ученые сумели воспроизвести простые звуки. В последние декады 20 века были разработаны системы на базе сложных алгоритмов, что положительно сказалось на качестве звучания и речь стала более плавной [11].

В настоящее время метод синтеза речи, основанный на использовании глубокого обучения и нейронных сетей, является наиболее популярным. В качестве примера можно привести разработанные компанией Гугл модели синтеза речи WaveNet и Tacotron2. Эти модели могут похвастаться весьма высоким качеством звучания. Моделируемые звуковые волны характеризуются подробной детализацией, что позволяет воспроизводить интонацию и эмоциональную окраску речи с высоким уровнем выразительности и естественности. На данном этапе развития технологии позволяют создать интонационную окраску и эмоциональные характеристики, точно имитирующие речь определённого человека (так называемое «клонирование» речи по терминологии Б. М. Лобанова [12, 9]).

Изучение процессов восприятия и понимания речи является одной из ключевых задач когнитивной науки и лингвистики. Традиционно, исследования в этой области опираются на использование естественной речи, представленной в виде записей произношения отдельных слов, фраз или целых текстов.

Однако, такой подход сопряжен с рядом существенных ограничений. Сложность контроля над акустическими параметрами речи, включая длительность гласных, высоту тона, интенсивность и спектральные характеристики, а также неизбежная вариативность произношения, обусловленная индивидуальными артикуляционными особенностями говорящего, контекстуальными условиями и различными экстралингвистическими факторами, существенно ограничивают возможность точной интерпретации экспериментальных данных и установления однозначных причинно-следственных связей между акустическими свойствами речевого сигнала и когнитивными механизмами его обработки.

В этом случае технологии синтетической речи, ставшей результатом синергии нескольких дисциплин – лингвистики, акустики, компьютерных технологий, представляют альтернативный подход, который обеспечивает преодоление упомянутых ограничений. Генерация речевых стимулов с программно-заданными акустическими параметрами позволяет исследователю осуществлять точный контроль и вариативное управление отдельными характеристиками (длительность, структура, частотные особенности) в изолированном или комбинированном режиме. Использование синтеза речи создаёт методологическую основу для разработки экспериментальных стимулов с дифференцированными акустическими признаками. Данный способ открывает новые перспективы для проведения экспериментальных исследований и изучения влияния различных акустических характеристик на процессы восприятия и семантической обработки речевых сигналов.

Основные этапы процесса синтеза речи, выделяемые большинством исследователей, следующие:

- аналитический: на данном этапе имеет место процесс распознавания структуры предъявленного письменного текста, разбиение его на смысловые блоки, определение особенностей произношения;
- фонетический: происходит преобразование письменного текста в фонетическую транскрипцию и моделирование интонации;
- акустический: на этом этапе модель генерирует звуковую речь на основе созданных алгоритмов;
- интонационный этап характеризуется тем, что модель преобразует речь в более естественную, учитывая контекст и расставляя ударения и интонацию [14].

Схематично этот процесс можно представить следующим образом на рис.1:

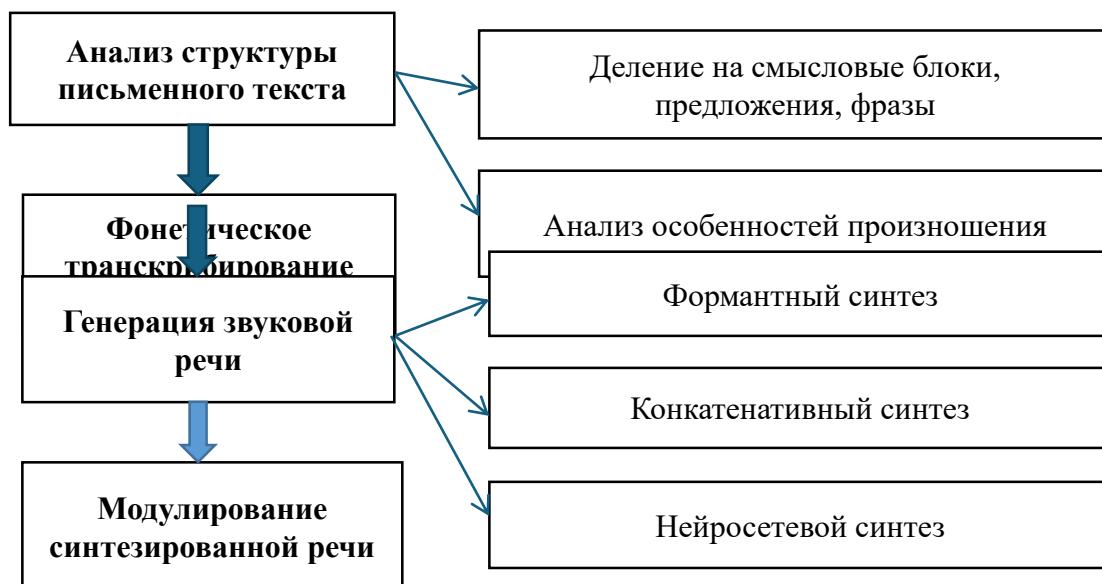


Рис. 1. Этапы процесса синтеза речи

Синтезированная речь активно используется в самых различных сферах, например, для создания аудиокниг, озвучивания множества различных интерфейсов, в онлайн чатах, для создания инструкций, обучающих приложений, голосовых помощников и т.д. [15].

Широкий спектр приложений синтезированной речи в экспериментальной фонетике включает, в частности:

- исследование перцептивной значимости дискретных фонетических признаков посредством генерации минимальных пар (например, контрастных по параметру VOT [7] или формантному составу гласных), анализ роли просодических паттернов (вариации высотно-временных и динамических характеристик) в идентификации интонационных контуров, акцентной структуры и синтаксической маркированности;

– моделирование влияния спектрально-временной модификации сигнала на процессы распознавания речевых единиц в условиях шума или кросслингвистического восприятия;

– изучение влияния акцента и диалекта: синтез речи позволяет создавать стимулы с различными акцентами и диалектами, что позволяет исследовать, как эти факторы влияют на понимание речи и формирование социальных стереотипов.

– разработку и оценку систем автоматического распознавания речи: синтезированная речь может использоваться для создания больших объемов тренировочных данных для систем распознавания речи, а также для оценки их устойчивости к различным акустическим условиям.

Существуют различные технологии синтеза речи, от параметрического синтеза, основанного на моделировании акустических параметров, до конкатенативного синтеза (прим. метод синтеза речи, основанный на **соединении фрагментов записанной речи** (например, отдельных звуков, слогов или слов), использующего записи реальных голосов. Выбор технологии должен определяться задачами исследования и требованиями к качеству и реалистичности синтезированной речи [1].

Проведение предварительной оценки качества синтезированных стимулов является одним из важных условий. Перед использованием синтезированной речи в экспериментах необходимо провести субъективную оценку ее качества, например, с помощью тестов на разборчивость и естественность. Это позволит убедиться, что синтезированные стимулы адекватно воспринимаются испытуемыми и не вызывают нежелательных реакций. [6].

Также критически важным представляется систематический контроль когнитивных искажений, вызванных искусственной природой синтезированных стимулов, поскольку перцептивная неоднородность и чрезмерная акустическая маркированность таких образцов могут провоцировать нетипичные реакции у испытуемых (например, фокусирование на отдельных акустических параметрах в ущерб целостному восприятию). Поэтому необходимо тщательно контролировать этот фактор и использовать контрольные условия с естественной речью для сравнения.

Тщательное планирование экспериментального дизайна означает, что экспериментальный дизайн должен быть разработан таким образом, чтобы минимизировать влияние посторонних факторов (шум, когнитивная нагрузка). Кроме того, важно учитывать такие факторы как порядок предъявления стимулов, количество повторений и индивидуальные особенности испытуемых (пороги слуховой чувствительности, языковой опыт), что в совокупности обеспечивает повышение надежности интерпретации причинно-следственных связей между модификациями акустических параметров и исследуемыми когнитивными процессами [1].

Развитие технологий синтеза речи открывает новые перспективы для исследований восприятия речи. В частности, одним из наиболее приоритетных направлений является разработка более реалистичных и естественных систем

синтеза речи. Улучшение качества синтезированной речи позволит проводить исследования с большей экологической валидностью и приблизить условия экспериментов к реальным ситуациям общения [2].

Использование синтеза речи для изучения индивидуальных различий в восприятии речи позволяет создавать стимулы, адаптированные к индивидуальным особенностям слуха и когнитивных способностей испытуемых, что открывает новые возможности для изучения индивидуальных различий в восприятии речи.

Исследователи обращают свой взор на возможности интеграции синтеза речи с другими методами исследования. В частности, синтез речи можно успешно сочетать с другими методами исследования, такими как электроэнцефалография (ЭЭГ) и магнитоэнцефалография (МЭГ), для изучения нейронных механизмов, лежащих в основе восприятия речи.

Перспективным представляется применение синтеза речи в клинической практике. Синтез речи может использоваться для разработки новых методов диагностики и реабилитации нарушений речи и слуха [7].

Синтезированная речь представляет собой мощный инструмент для экспериментальных исследований процессов восприятия и понимания речи. Благодаря высокой степени управляемости и точности она позволяет проводить исследования с беспрецедентной детализацией и выявлять тонкие взаимосвязи между акустическими характеристиками и когнитивными процессами. Современные задачи технологий синтеза речи постоянно меняются, на них напрямую влияют наличие вычислительных мощностей, потребности пользователей и современные тенденции [11].

Дальнейшее развитие технологий синтеза речи и совершенствование методологии исследований открывают новые перспективы для углубленного изучения механизмов восприятия речи и разработки новых методов диагностики и лечения речевых расстройств. Использование синтезированной речи, при условии тщательного планирования и контроля, позволяет значительно расширить наши знания о сложной и многогранной природе человеческой речи. Но здесь следует быть осторожным и учитывать потенциальные риски, связанные с использованием синтезированной речи, поскольку создаваемые стимулы имеют ненулевую вероятность быть воспринятыми как оскорбительные, дискриминационные или вводящие в заблуждение. Например, синтез речи может быть использован для создания стимулов, имитирующих акценты или диалекты, которые могут быть связаны с негативными стереотипами. В таких случаях необходимо тщательно оценивать различные потенциальные риски и принимать меры для их минимизации.

Другим направлением, представляющим интерес, является изучение влияния контекста на восприятие речи. Отметим, что контекстную предсказуемость и частоту употребления единиц в речи можно выделить в качестве основных факторов, которые способствуют распознаванию речи [10]. Как известно, контекст может оказывать существенное влияние на то, как мы интерпретируем речевой сигнал, и синтез речи позволяет создавать

стимулы, в которых контекст может быть контролируемым образом изменен. В качестве примеров, можно рассмотреть влияние семантического и социального контекстов. В первом случае речь идет о влиянии семантического контекста на восприятие фонетических границ, а во втором – как изменение социального контекста влияет на восприятие акцента.

Технологии синтеза речи уже широко применяются в образовательных процессах. Для преподавателей иностранных языков технология синтеза речи представляет интерес как способ разработки новых методов обучения иностранным языкам. Различные модели синтеза речи, такие как Text-to-speech [11], способствуют развитию навыков аудирования и произношения у обучающихся. Создавая стимулы, в которых определенные фонетические или просодические характеристики иностранного языка подчеркиваются или упрощаются, можно помочь учащимся лучше воспринимать и воспроизводить эти характеристики. Думается, в этой сфере применение технологий синтеза речи имеют широкие перспективы. И уже понятно, что активное использование TTS моделей для изучения иностранных языков повлечет за собой значительные изменения в методике преподавания, в частности – увеличение роли интерактивных учебных материалов.

На наш взгляд, весьма существенным преимуществом применения TTS можно назвать как возможности моделирования коммуникативных ситуаций из профессионально-ориентированной сферы, так и адаптирование заданий под определенный уровень владения иностранным языком. Все вышеперечисленное позволяет расширить лексический запас, развивать навыки восприятия и понимания информации на слух, навыки перевода и говорения.

Важно отметить, что развитие технологий синтеза речи требует тесного сотрудничества между лингвистами, психологами, инженерами и специалистами по искусственно-му интеллекту. Только объединив усилия, мы сможем создать системы синтеза речи, которые будут не только реалистичными и естественными [6], но и полезными для решения широкого круга задач в области исследований восприятия речи и разработки новых технологий коммуникации. В конечном счете, цель состоит в том, чтобы создать инструменты, которые помогут нам лучше понимать, как работает человеческий мозг и как мы можем улучшить нашу способность общаться друг с другом.

Таким образом, синтезированная речь является не просто инструментом для создания речевых стимулов, а мощным катализатором прогресса в исследованиях восприятия и понимания речи. Ее применение позволяет преодолеть ограничения, присущие традиционным методам, и открывает новые возможности для изучения сложных когнитивных процессов, лежащих в основе человеческой коммуникации. По мере развития технологий синтеза речи и искусственного интеллекта [5], мы можем ожидать дальнейшего расширения области применения синтезированной речи не только в исследованиях, но и в нашей повседневной жизни, а также улучшении коммуникации между людьми и машинами.

Библиографический список

1. *Ахутина Т. В.* Методы нейропсихологического обследования детей 6–9 лет // Т. В. Ахутина. – М.: Секачев, 2016. – 280 с.
2. *Брызгунова Е. А.* Интонация // Русская грамматика. – Т. 1. – М.: Наука, 1982. – С. 96–122.
3. История синтезаторов речи: первые механические установки. URL: <https://www.audiomania.ru/content/istoriya-sintezatorov-rechi-pervie-mehanicheskie-ustanovki/> (дата обращения 15.05.2025).
4. *Калинин И.* Распознавание и синтез речи: как ИИ анализирует наши разговоры. URL: <https://spark.ru/startup/redaktsiya-spark-ru/blog/64389/raspoznavanie-i-sintez-rechi-kak-ii-analiziruet-nashi-razgovori> (дата обращения 15.05.2025).
5. *Каримов И. К., Кобилов С. С.* Технология синтеза речи и его применение в образовании и обучении // Материалы Международной научно-практической конференции искусственный интеллект и цифровые образовательные технологии: практика, опыт, проблемы и перспективы. – 2017. – С. 253–255. URL: https://www.researchgate.net/publication/381605654_ТЕХНОЛОГИЯ_SINTEZA_R_ECI_I_EGO_PRIMENENIE_V_OBRAZOVANII_I_OBUCENII (дата обращения 25.05.2025).
6. *Санникова Е. Г., Воронин В. М., Ильиных Т. Б.* Психологические проблемы эффективного функционирования системы врача – современные информационные технологии // Проблемы управления здравоохранением. – М., 2006. – № 5. – С. 39–43.
7. *Семенович А. В.* Нейропсихологическая коррекция в детском возрасте. Метод замещающего онтогенеза: учебное пособие / А. В. Семенович. – 12 изд. – М.: Генезис, 2021. – 474 с.
8. *Пешковский А. М.* Русский синтаксис в научном освещении / А. М. Пешковский. – М.: Либроком, 2022. – 434 с.
9. *Пугач А. С.* Базовые принципы построения системы синтеза речи // Молодой ученый. – №13 (147). – С. 16–19. URL: <https://moluch.ru/archive/147/41430/> (дата обращения 25.05.2025).
10. *Риехакайнен Е. И.* Взаимодействие контекстной предсказуемости и частотности в процессе восприятия спонтанной речи: на материале русского языка. // Дис. ... канд. филол.наук. – СПб, 2010. – 310 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/vzaimodeistvie-kontekstnoi-predskazuemosti-i-chastotnosti-v-protsesse-vospriyatiya-spontanno> (дата обращения 25.05.2025).
11. Современный подход к синтезу речи // Научный аспект: Информ. Технологии. – 2024. – №6. URL: <https://na-journal.ru/6-2024-informacionnye-tehnologii> (дата обращения 25.05.2025).
12. *Соломенник А. И.* Оценка качества селективного синтеза речи: методы и результаты // Дис... канд. филол.наук. – М. – 2016. URL:

<https://www.dissercat.com/content/otsenka-kachestva-selektivnogo-sinteza-rechi-metody-i-rezulaty/read> (дата обращения 25.05.2025).

13. Сорокин В. Н. Синтез речи. – М.: Наука, 1992. – 392 с.
14. Что такое синтез речи (TTS)? URL: <https://www.voxys.ru/blog/chto-takoe-sintez-rechi-tts.html> (дата обращения 25.05.2025).
15. Что такое синтез речи? URL: <https://developers.sber.ru/help/salutespeech/creating-audio-from-text> (дата обращения 20.05.2025).
16. Homer Dudley // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Homer_Dudley#:~:text=table%20of%20contents,Homer%20Dudley,-5%20languages (дата обращения 25.05.2025).

© Шияпова А.А., Кирсанова И.В., 2025

Shiiapova Asiia Altafovna
Candidate of Philological Science, associate professor
Associate professor, Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: norwich8@mail.ru

Kirisanova Inna Vyacheslavovna
Candidate of Philological Science, associate professor
Associate professor, Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail:inna_kirisanova@mail.ru

SPEECH SYNTHESIS - A NEW STAGE IN THE STUDY OF ITS PERCEPTION AND UNDERSTANDING

Abstract

The article discusses the application of speech synthesis technologies as a promising tool in experimental studies of human speech perception and understanding processes. Traditional methods based on the use of natural speech are often limited by the difficulty of controlling acoustic parameters and pronunciation variability. Speech synthesis, on the contrary, allows the creation of speech stimuli with a high degree of controllability and precision, which opens new opportunities for studying the influence of different acoustic characteristics on the processes of perception, categorization and semantic processing of speech signals.

Key words: speech perception and comprehension, speech signal modelling, linguistics, acoustics, vocal characteristics, TTS engine.

Шпар Елена Валерьевна

Кандидат филологических наук, доцент

Доцент, Уфимский университет науки и технологий,

Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации

e-mail: eshpa@mail.ru

КАРИКАТУРЫ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОЛЛОКАЦИОННОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗОВ

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению ключевой проблемы формирования иноязычной коллокационной компетенции студентов неязыковых специальностей, а именно отсутствию мотивации. В качестве средства решения данной проблемы рассматривается использование юмора в процессе обучения. Посредством описания и анализа конкретных примеров заданий на основе социально-бытовых карикатур доказывается эффективность применения данного инструмента на различных этапах изучения языкового материала.

Ключевые слова: мотивация и юмор, комические поликодовые тексты, социально-бытовые карикатуры, устойчивые словосочетания, коллокации, языковая игра, прецедентные ситуации, коммуникативный подход, обучение иностранным языкам, английский язык.

Устойчивые словосочетания, или коллокации, являются неотъемлемой частью системы всех естественных языков, и студенты языковых специальностей (филологи и лингвисты) знакомятся с ними на ранних этапах своего обучения как в теории, так и на практике. Теоретическое осмысление этого феномена связано в первую очередь с работами отечественных ученых О. С. Ахмановой, В. В. Виноградова и Ю. Д. Апресяна, И. А. Мельчука, А. К. Жолковского (лексико-семантический или фразеосемантический подход). В настоящее время коллокации не менее активно изучаются в рамках корпусной лингвистики (статистический подход) [2; 6] и комбинаторной лингвистики (сintагматический подход) [2]. Результаты этих исследований находят отражение в огромном количестве справочных материалов практического применения: от привычных специальных разделов в структуре словарных статей любого толкового одноязычного словаря (general-purpose dictionaries), для английского языка это *OALD* (*Oxford Advanced Learner's Dictionary*) [12], *CALD* (*Oxford Advanced Learner's Dictionary*) [9], *LDOCE* (*Longman Dictionary of Contemporary English*) [11], *Collins COBUILD English Language Dictionary* [10] и пр., до собственно комбинаторных словарей, например, ставшего уже классическим словаря *BBI Combinatory Dictionary* (по фамилиям авторов *Morton Benson, Evelyn Benson, Robert Ilson*) [8] и современного *Ozdic* (*Oxford Collocation*

Dictionary online) [13]. Кроме этого, корпусы текстов и специальные программы на их основе предлагают широкий спектр инструментов для извлечения информации по сочетаемости языковых единиц [4; 5]. Однако всё это многообразие средств и технологий полезно и востребовано только языковыми личностями, осознающими важность и ценность языковой сочетаемости как в родном языке, так и в изучаемом. Отнюдь не все студенты неязыковых специальностей являются таковыми, они зачастую не замечают важность коллокационной грамотности в родном языке (слабая «первичная языковая личность»), считают точность языкового выражения в речи чем-то необязательным, избыточным, не стоящим усилий. Отчасти они правы, в реальном живом разговоре, допустим, на рынке, покупатель, употребивший неграмотное выражение кальку с русского *young potatoes* будет понят и ему, вероятно, с лёгкой улыбкой предложат *new potatoes*. Однако коммуникация не ограничивается ситуациями живого общения, есть множество лингвистических и экстралингвистических контекстов, где калька и помощь от носителя языка недоступны либо не сработают. Убеждать студентов в необходимости шлифовки навыков точного верbalного выражения мыслей приходится постоянно. В связи с этим основной проблемой в процессе формирования коллокационной компетенции студентов неязыковых вузов становится необходимость непрерывной работы над мотивацией. Ключ к решению этой проблемы видится нам в использовании юмора в обучающих материалах [3, 7]. Социально-бытовые карикатуры, т.е. комические поликодовые тексты, в формате, близком и понятном студентам (по многим параметрам они сходны с мемами), обладают потенциалом привлекать внимание, заинтересовывать, создавать и поддерживать необходимый уровень мотивации для изучения тонкостей сочетаемости лексических единиц как необходимого условия понимания юмора. На основе карикатур можно создавать разнообразные упражнения как для введения нового языкового материала, так и для его закрепления и вывода в речь.

Рассмотрим некоторые апробированные нами на практике и зарекомендовавшие себя в качестве эффективных варианты использования карикатур в коммуникативных заданиях.

1) Вводный урок с тематическими шутками, содержащими коллокации, и заданием объяснить суть шутки и/или значение ключевого выражения. Данный вид деятельности можно проводить в виде игры, разделив группу на небольшие команды или пары, оптимальное количество карикатур в игре 10–15, но в целом оно должно определяться уровнем подготовленности студентов. Обучающиеся знакомятся со всеми карикатурами, распечатанными в виде раздаточного материала или собранными на виртуальной доске (например, Padlet или Digipad), в минигруппах обсуждают, объясняют друг другу непонятные моменты, продумывают перевод ключевого выражения на русский. Затем наступает собственно соревновательный момент: карикатуры в виде карточек складываются на стол в центре аудитории, группы по очереди вытягивают карточки и один её представитель, выбранный соперниками, озвучивает все обсуждавшиеся идеи. Если информация исчерпывающая и соперникам нечего добавить, группа зарабатывает очко.

В данном случае эмоциональная составляющая игры, повышающая эффективность запоминания без явных усилий по заучиванию со стороны обучающихся, возникает не только благодаря духу соперничества, но и в результате взаимодействия с изучаемым языковым материалом. Студенты отмечают сходство таких заданий с серией мемов с подписью «Сначала не понял, а потом как понял!». Положительные эмоции являются результатом решения языковой загадки, например, узнавания иноязычной коллокации, отличающейся от сходного выражения на родном языке, расшифровки игры слов, понимания подтекста и т.д., а также гордости собой за это мини- достижение.

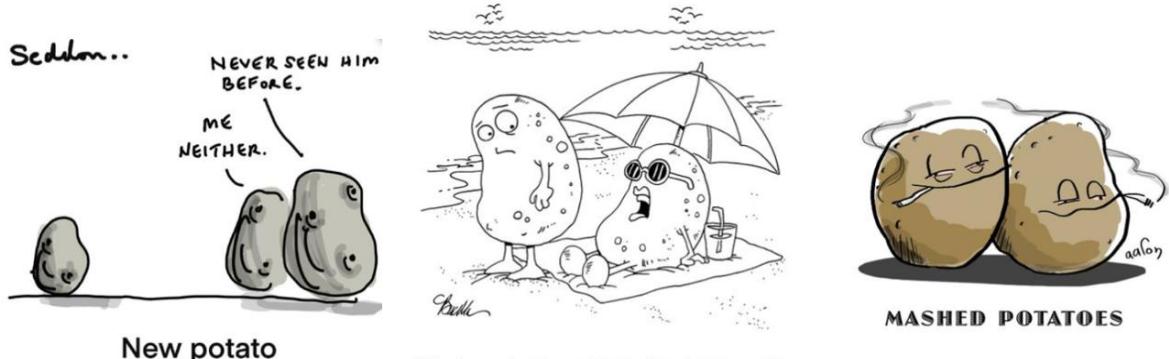


Рис. 1. Коллокация *new potato* – молодой картофель

Рис. 2. Коллокация *baked potato* – запечённый картофель

Рис. 3. Коллокация *mashed potato* – пюре

Так, в примерах выше на рис. 1 коллокация ***new potato*** (дословно *новый картофель*, ср. *молодой картофель* или *новый урожай*) является кульминацией шуточного разговора между двумя картофелинами (*A: Never seen him before. B: Me neither. – A: Никогда не видел его здесь раньше. B: Я тоже.*) В переводе на русский язык шутка теряется, так как устойчивое выражение *молодой картофель*, по всей видимости, требует несколько иного контекста, вероятно, зрелые картофелины должны упоминать юный возраст обсуждаемого персонажа. Рис. 2 иллюстрирует коллокацию ***baked potato*** – *запечённый картофель* – в значении *cooked inside an oven, without using added liquid or fat*. В представленной ситуации одна из очеловеченных картофелин «печется» о благе второй: *You are going to get baked out there, at least put on some butter or sour cream.* – *Ты там на солнце совсем спечёшься, намажься хоть маслом или сметаной.* Карикатура иллюстрирует полное совпадение не только значений и формы самих коллокаций в двух языках, но и переносного значения входящего в данную коллокацию глагола *to bake* – (*informal*) *to be or become extremely hot*; ср. *спечься* – *перен. разг. обгореть, перегревшись на солнце.* Рис. 3 представляет собой вербально-визуальный каламбур на основе коллокации ***mashed potato*** – *пюре*, дословно *раздавленный, превращённый в однородную массу картофель*. В вербальном компоненте определение (причастие прошедшего времени) функционирует в значении ***mashed*** – *crushed into a smooth puree*, однако визуально проиллюстрировано другое сленговое значение ***mashed*** – (*BrE slang*) *intoxicated, drunk* (ср.: *пьяный в зюзю/ вдрывзг*). Подобные карикатуры призваны демонстрировать различия сочетаемости и ассоциативных связей в основе переносных значений слова.

Сходную игру, но уже подготовленную самими обучающимися, можно использовать и для закрепления изучаемого лексического материала. Студенты получают задание найти и подготовить в виде карточек (реальных или виртуальных) карикатуры с коллокациами из списка активного словаря, на уроке они тестируют команду соперников, в связи с чем они стараются отбирать интересные, сложные и неожиданные варианты языковых загадок.

2) Во время занятия, направленного на закрепление изучаемых коллокаций (после первичного ознакомления с ними в основном учебнике), можно использовать классический формат упражнения или игры на поиск соответствий (*matching exercise*) на основе карикатур. Отобранные преподавателем карикатуры, четко и недвусмысленно иллюстрирующие коллокации из списка, могут либо демонстрироваться на экране в рамках командной или индивидуальной игры на угадывание, либо использоваться различных форматах настольных игр в парах или группах на 3-4 студента. Если студентам нравится эта игра, можно продолжить эту работу в рамках самостоятельной работы в виде домашнего задания (подготовить собственные 2–3 карточки с карикатурами, иллюстрирующими изучаемые коллокации). Такой материал хорошо встроится впоследствии в завершающее занятие на повторение изученного (*review*) и в процесс подготовки к финальному тестированию.

Карикатуры, используемые для создания игры на поиск соответствий, могут содержать искомую единицу как, собственно, в диалогах, т.е. прямой речи персонажей карикатуры (*speech bubbles*), так и подразумеваться, т.е. они могли бы быть использованы в качестве подписи к изображению (*caption*). В первом случае игра будет содержать элемент упражнения на заполнение пропуска (*gap-fill exercise*). Например, карикатура на Рис. 4 состоит из изображения намеренно спрятанного за деревом надгробия и пояснения вдовы, что покойный всегда был человеком чрезвычайно застенчивым: *He was always painfully shy*. Рис. 5 изображает приём семейным психологом (*marriage counsellor*) пары, проблема которой сформулирована в виде шутки на основе механизма обманутого ожидания: *We've been happily married for 5 years. Next week we celebrate our 30th wedding anniversary.* – **Мы счастливы в браке 5 лет.** На следующей неделе тридцатая годовщина нашей свадьбы. Карикатура на Рис. 6 иллюстрируетsarкастичное замечание матери об ошибке прошлого в ответ на абсолютно неприемлемый для неё протест сына против либерализма в целом и абортов в частности: *I did not abort, and I deeply regret that every day!* – Я не сделала аборт и **искренне сожалею** об этом каждый день!

Карикатуры без искомых единиц в их вербальном компоненте проще в работе (ничего не нужно удалять с карточки) и не менее эффективны. Языковая догадка всё так же приносит положительные эмоции и активизирует процесс запоминания, создавая новые ассоциативные связи, а дополнительный обучающий эффект включает расширение как пассивного словарного запаса (синонимичная лексика в репликах персонажей), так и фоновых знаний о культурном и социально-бытовом контексте страны изучаемого языка. Кроме

этого, такие карикатуры достаточно часто построены на различных видах игры слов и развивают способности угадывать намёки и считывать подтекст. Так, например, Рис. 7 и 8 иллюстрируют языковую игру с синонимами [14]. На Рис. 7 риторический вопрос *Am I an optimist?* (*Я оптимист?*) и осторожный ответ *I hope so!* (*Надеюсь!*) в значении *to hope* – *want something to be true or to happen and believe that it is possible or likely* идеально представляют коллокацию *cautiously optimistic* (*сдержанно оптимистичный*) – *feeling that there are some reasons to hope for a good result, even if you do not expect complete success or improvement*. На Рис. 8 в карикатуре с коллокацией *vaguely familiar* (*смутно знакомый*) пара супругов, читающая перед сном в кровати, обнаруживает, что книга в руках мужа, озаглавленная *déjà vu* (*the strange feeling that in some way you have already experienced what is happening now*), кажется ему смутно знакомой: *It's weird! I feel like I've read it before.*

Феномен прецедентности можно наблюдать в карикатурах на Рис. 9 и 10, изображающих узнаваемые социально-бытовые ситуации или социальные сценарии. Рис. 9 иллюстрирует коллокацию *scared stiff* (*оцепенеть от страха, застыть от ужаса*) на основе прецедентной ситуации запугивания отцами дочерей их кавалеров перед свиданиями. Застывший от ужаса юноша, по всей видимости, не может ответить на вопрос подруги: *Don't tell me daddy scared you stiff with his silly rules about dating his daughter, did he?* Карикатура на Рис. 10, иллюстрирует коллокацию *blissfully unaware/ignorant* (*в блаженном неведении*) посредством языковой игры с разными значениями глагола *to adopt* (1. *to legally take another person's child into your own family and take care of him or her as your own child* – усыновить/удочерить ребенка; 2. *to take an animal that has been left in a place such as a rescue centre, and keep it as your pet* – взять животное из приюта/с улицы) и смешивает два таких сценария, когда заботливый хозяин вчерашнего потеряшки просит друга не проболтаться питомцу о том, что он приёмный: *Shh. He doesn't know he's adopted yet.*

Карикатуры также эффективны для рассмотрения различий между коллокациями со сходными значениями. Например, рис. 11 и 12 наглядно демонстрируют разницу между *biting cold* (*пронизывающий холод, жгучий холод*) и *bitterly cold* (*чрезвычайно холодно, жуткий холод*). В первом выражении холод ощущается как непосредственно и физически воздействующий на кожу (*painfully cold as if physically biting the skin, often associated with a strong wind*), и на изображении куча челюстей в виде снегопада атакует икусит прохожих. Во втором случае речь идёт о восприятии холода, неприятных ощущениях и настроении человека (*extremely and unpleasantly cold*), и печальная пара, поёживаясь от холода, обещает себе никогда не (планировать) гулять чаще в такую погоду: *We should never take walks like this more often.*



Рис. 4. Коллокация *painfully shy* – чрезвычайно застенчивый



Рис. 5. Коллокация *happily married* – счастливы в браке



Рис. 6. Коллокация *deeply regret* – глубоко/искренне сожалеть



Рис. 7. Коллокация *cautiously optimistic* – сдержанно оптимистичный



Рис. 8. Коллокация *vaguely familiar* – смутно знакомый



Рис. 9. Коллокация *scared stiff* – очепенеть от страха, застыть от ужаса



Рис. 10. Коллокация *blissfully unaware/ignorant* – в блаженном неведении



Рис. 11. Коллокация *biting cold* – пронизывающий холод, жгучий холод



Рис. 12. Коллокация *bitterly cold* – чрезвычайно холодно, жуткий холод

3) Однако наиболее эффективным, на наш взгляд, является использование социально-бытовых карикатур для иллюстрации вопросов для обсуждения (*discussion questions*) и/или в качестве стимула к дискуссии (*discussion starters*). Так, например, представленная ниже подборка карикатур на основе коллокации *painfully shy* с заданием выбрать лучшую по мнению студента репрезентацию данного устойчивого выражения и объяснить выбор позволяет стимулировать умственную деятельность, даёт идеи для дальнейшего обсуждения, позволяет сравнивать, обобщать, приводить примеры. На основе такого обсуждения студенты будут готовы давать развернутые ответы на вопросы в формате третьей части говорения международного экзамена IELTS, традиционно представляющего особую сложность для сдающих, причем не только в языковом плане. Они смогут прогнозировать и сами формулировать такие вопросы, что в свою очередь поможет им понять, какие ответы от них ожидают.



Рис. 13. Коллокация *painfully shy*, причина: генетика или окружение



Рис. 14. Коллокация *painfully shy*, трудности общения в неформальной обстановке



Precisely when did you first start feeling invisible in meetings?

Рис. 15. Коллокация *painfully shy*, трудности общения в формальной обстановке



Рис. 16. Коллокация *painfully shy*, трудности с получением лечения



Рис. 17. Коллокация *painfully shy*, трудности с отстаиванием своих прав



Рис. 18. Коллокация *painfully shy*, повседневные трудности

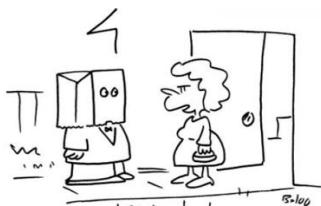


Рис. 19. Коллокация *painfully shy*, личная жизнь, первые свидания



Рис. 20. Коллокация *painfully shy*, личная жизнь, отношения



Рис. 21. Коллокация *painfully shy*, личная жизнь, встречи



Рис. 22. Коллокация *painfully shy*, личная жизнь, секс



Рис. 23. Коллокация *painfully shy*, личная жизнь, рождение детей



Рис. 24. Коллокация *painfully shy*, личная жизнь, общение в семье



Рис. 25. Коллокация *painfully shy*, профессия, стендап комик



Рис. 26. Коллокация *painfully shy*, профессия, управленец



Рис. 27. Коллокация *painfully shy*, профессия, бухгалтер



Рис. 28. Коллокация *painfully shy*, способы решения проблемы, книги по саморазвитию

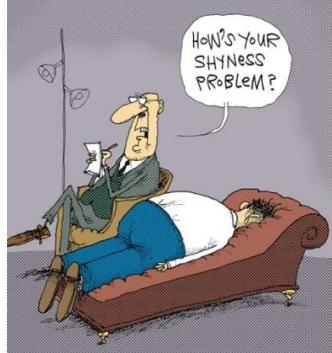


Рис. 29. Коллокация *painfully shy*, способы решения проблемы, психотерапия



Рис. 30. Коллокация *painfully shy*, способы решения проблемы, группы взаимопомощи

Так, карикатуры 13–18 позволяют студентам задуматься над ответом на вопросы: *Why are some people painfully shy? How this might be a problem for them?* Шутка, что учёным с трудом удалось обнаружить маркер застенчивости, вечно прячущийся за другими генами (рис. 13), подскажет, что рассуждать нужно о влиянии наследственности и окружения. Остальные карикатуры изображают основные трудности, с которыми сталкиваются болезненно застенчивые люди: рис. 14 – трудности общения в неформальной обстановке (желание спрятаться на вечеринках и мероприятиях), рис. 15 – трудности общения в формальной обстановке (тебя перестают замечать на собраниях на работе), рис. 16 – трудности с отстаиванием своих прав (люди вклиниваются перед тобой в очереди, а ты не можешь этому противостоять), рис. 17 – трудности с получением лечения (необходимо личное общение с доктором), рис. 18 – неожиданные повседневные трудности (стеснение могут вызывать не только люди, но и предметы, например, камера). Обычно обсуждение не ограничивается только заявленными проблемами, оттолкнувшись от представленных идей студенты начинают рассуждать самостоятельно и представлять свои аргументы.

Карикатуры 19–24 могут послужить стимулом к развернутому ответу на вопрос: *Is painful shyness more of a problem in personal life or in the workplace?* Они иллюстрируют, каким образом излишняя застенчивость мешает людям: ходить на свидания, рис. 19 (*I've been on blind dates before, but this is ridiculous*); строить долгосрочные отношения, рис. 20 (*I think I'm ready to quit stalking and start dating again*); встречаться с любимыми и друзьями, рис. 21 (*Even when you're out, you are in*); иметь интимные отношения, рис. 22 (*I hope you are not going to be that shy when we are married*); заводить детей, рис. 23 (*If my dad wasn't so shy,*

I would be 10 years older!); непринуждённо общаться с членами семьи дома, рис. 24 (*Curtain in 5 minutes, Dad!*).

Карикатуры 25–27 помогают задуматься над вопросом *What careers might be the best/worst option for a painfully shy person?* Рассмотренные варианты: стендап комик на рис. 25 (*It's rude to laugh behind someone's back – unless it's a painfully shy comedian. Then it is rude not to!*), руководитель высшего звена на рис. 26 (*My husband is dynamic, aggressive executive material, but he's too shy to say so!*), бухгалтер на рис. 27 (*Accountant Safari: They'll return to their spreadsheets when they feel safe*), – несколько неожиданны, но именно этим и интересны в качестве стимула к дискуссии.

Карикатуры на рис. 28–29 представляют основные способы решения проблемы, а именно: книги по саморазвитию, психотерапию и группы взаимопомощи, и дают студентам возможность продумать ответ на вопрос: *What can be done to reduce someone's excessive shyness?* Шутливые интерпретации эффективности этих средств также важны и наводят на определённые выводы, с которыми некоторые захотят поспорить.

Подборки карикатур с коллокациами могут также быть использованы в качестве стимула для более серьёзной дискуссии о проблемах современности, например, коллокаций *take offense* (оскорбляться), *easily offended* (легкоранимый) и *deeply offended* (чрезвычайно оскорблённый) становятся знаковыми для описания общей тенденции, лежащей в основе доведенных до абсурда политкорректности, толерантности и культуры отмены. На основе карикатур студенты смогут обсудить личное отношение к этим явлениям и привести примеры в подтверждение своей аргументации.

Карикатуры помогают студентам обсуждать плюсы и минусы каких-либо явлений, а также социальные проблемы или дилеммы, с ними связанные. Подборка по коллокациям *reasonable price/ reasonable charge* позволяет задуматься о минусах, которые могут поджидать покупателя, выбирающего невысокую или разумную цену, об уловках маркетологов, использующих это выражение, а также о явных мошеннических схемах.

Таким образом, социально-бытовые карикатуры могут применяться для решения широкого спектра дидактических задач, основными из которых являются создание разнообразных обучающих материалов для всех этапов освоения языкового материала, а также формирование и поддержание устойчивой мотивации к изучению коллокаций.

Библиографический список

1. Влавацкая М. В. Типология коллокаций в комбинаторной лингвистике // Мир науки, культуры, образования. – № 4 (77). – 2019. – С. 439–442.
2. Горина О. Г. Применение методов корпусной лингвистики для определения контекстноспецифических слов и коллокаций // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2011. – Т. 7, № 3. – С. 27–36.

3. Николаева Н. Н. Использование интернет-сервиса с юмористическим контентом на занятиях английским языком в техническом вузе // ЦИТИСЭ. – 2021. – № 3(29). – С. 254–271.
4. Павельева Т. Ю. Изучение коллокаций на основе лингвистических корпусов текстов // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2016. – Т. 21, № 3–4 (155–156). – С. 56–61.
5. Сысоев П. В., Ключин В. В. Формирование коллокационной компетенции студентов на основе корпусных технологий // Перспективы науки и образования. – 2022. – № 4(58). – С. 320–335.
6. Шубина А. О. Применение технологий корпусной лингвистики в исследовании коллокаций // Филология: научные исследования. – 2022. – № 2. – С. 15–27.
7. Шпар Е. В. Юмор на уроках иностранного языка глазами студентов и преподавателей // Теория и практика языковой коммуникации: Мат-лы XI Межд. научно-метод. конф. – Уфа: УГАТУ, 2019. – С. 255–264.
8. *BBI: The BBI Combinatory Dictionary of English. Special Edition (USSR)*. /Комбинаторный словарь английского языка. Специальное издание. // M. Benson, E. Benson, R. Ilson /М. Бенсон, Э. Бенсон, Р. Илсон. – John Benjamins Publishing Co., 1986 / М.: «Русский язык», 1990. – 329 с.
9. *CALD: Cambridge Advanced Learner's Dictionary online*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/>
10. *Collins: Collins COBUILD English Language Dictionary online* (Collins Birmingham University International Language Database). URL: <https://www.collinsdictionary.com/>
11. *LDOCE: Longman Dictionary of Contemporary English online*. URL: www.ldoceonline.com
12. *OALD: Oxford Advanced Learner's Dictionary online*. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/>
13. *OZDIC: Oxford Collocations Dictionary online*. URL: <https://ozdic.com/>
14. *Cartoon Stock: Cartoons, Comics, Illustrations*. URL: <https://www.cartoonstock.com/>

© Шпар Е.В., 2025

Shpar Elena Valerievna
Candidate of Philological Science, associate professor
Associate professor,
Ufa University of Science and Technology
Language and Communication Advanced Technology Department

CARICATURES AS A MEANS OF FORMING FOREIGN LANGUAGE COLLOCATION COMPETENCE OF STUDENTS OF NON-LINGUISTIC UNIVERSITIES

Abstract

The article is devoted to the consideration of the key problem of forming foreign language collocation competence of students of non-linguistic specialties, namely the lack of motivation. The use of humour in the learning process is considered as a means of solving this problem. By describing and analysing specific examples of tasks based on social cartoons, the effectiveness of using this tool at various stages of studying the language material is proven.

Keywords: motivation and humour, comic polycode texts, social cartoons, set phrases, collocations, language game, precedent situations, communicative approach, teaching foreign languages, the English language.

УДК 81'23

Ягунина Ирина Владимировна
Старший преподаватель
Уфимский университет науки и технологий,
Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации
e-mail: irina.yagunina@yandex.ru

ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛОЗУНГА

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению эмоциональности политического лозунга в рамках современной общественно-политической коммуникации. Лозунг представляет собой перспективный и эффективный способ обращения к аудитории, благодаря своей мощной эмоциональной составляющей. Внимание уделяется некоторым ключевым аспектам значимости эмоциональности политического месседжа. Представлена классификация основных политических топосов.

Ключевые слова: политический дискурс, политическая коммуникация, лозунг, слоган, эмоциональность политического лозунга, топос.

Известно, что лозунги являются мощным инструментом политической борьбы и пропаганды. Являясь стратегическим ядром любого политического проекта, они используются для мобилизации масс, формирования общественного мнения, а также для выражения ключевых идей и целей политических движений, партий или лидеров. Как зеркальное отражение, лозунг показывает, что действительно волнует народ, его потребности и мечты о будущем. «Человек, как представитель социума, предрасположен к речевому воздействию и не может избежать влияния со стороны создателей тех или иных текстов. [...] Известно, что именно язык выступает в качестве основного инструмента идеологии, с помощью него осуществляется воздействие на массовое сознание. Лозунги несут на себе большую часть идеологической нагрузки пропаганды» [4].

У каждой эпохи есть свои лозунги, отражающие дух времени, общественные настроения и политические реалии. Одним из главных способов воздействия политического лозунга является отображение действительности, сочетающее в себе сильные эмоции и идеологические убеждения. «Его содержание должно быть тесно связано с настоящим и служить реакцией на событие, важное в данный период времени» [9]. Лозунг играет важную роль в политической рекламе. Процесс его создания можно уподобить стрельбе: кто-то выпустит целую очередь и не попадет в цель, а кому-то достаточно одного выстрела. «Автору лозунга необходимо попасть точно в цель, представить аудитории набор таких обещаний, которых она ждёт» [14].

Политические лозунги как жанр обладают рядом характеристик, которые делают их эффективными инструментами влияния на общественное мнение и мобилизацию поддержки. «Базовыми свойствами лозунга как жанра является его предельная краткость (в сочетании с понятностью и выразительностью) и суггестивность. Под суггестивностью понимается воздействие на человека (прежде всего словесное), воспринимаемое им без критической оценки» [13].

Исследователи выделяют следующие отличительные свойства политического лозунга:

1. Уникальная тематическая цель. Лозунг, как правило, представляет собой короткий текст, темой которого является одно политическое мнение или суждение.

2. Максимальная ясность идеи. В большинстве случаев лозунги непосредственны и прямолинейны, и в них редко используются намёки, завуалированные мысли автора или ирония. Их задача – быть понятными максимально широкому кругу людей: от случайного прохожего до преданного сторонника.

3. Актуальность содержания. Лозунги, как и другие формы политической коммуникации, характеризуются тесной связью с текущими событиями. Содержание данного послания отражает самые злободневные темы, актуальные проблемы, названия партий и блоков, имена современных политических деятелей.

4. Отражение жизненных ценностей. Лозунг – это флаг, который чётко выражает позицию адресанта и его принадлежность к определённому политическому лагерю.

5. Эмоциональность. В лозунге нет места для рациональных аргументов. Зачастую не обладая буквальной точностью, политические слоганы должны быть убедительными, правдоподобными и искренними. Вызывающий ими эмоциональный отклик превосходит любой логический довод. «Подобно другим типам суггестивного высказывания, лозунг ориентирован на эмоционально-образное мышление, а не на понятийное» [4].

Несомненно, для того чтобы лозунг являлся действенным фактором политической коммуникации, он должен быть эмоционально окрашен. Влияя на принятие решений и изменение общественного мнения, именно эмоциональные реакции часто являются решающими в восприятии политических событий. «Эмоциональное воздействие широко используется политиками, чтобы установить максимальный контакт с общественностью, завоевать авторитет, доверие, привлечь внимание к своей персоне, в конце концов, создать имидж политика. В политическом дискурсе эмоциональность доминирует над информативностью и рациональностью и часто является основой для манипулирования мировосприятием масс» [1].

Существует несколько причин, обуславливающих важность эмоций в политических слоганах.

1. Чувства непосредственно связаны с человеческим подсознанием, которое является источником как положительных, так и отрицательных эмоций и управляет нами с их помощью.

2. Запоминаемость также является одной из отличительных характеристик политического слогана. То, что вызывает в лозунге определённые эмоции, с большой долей вероятности важно для жизни, поэтому для этой информации необходимо выделить место в памяти. «Хороший слоган должен в нескольких ярких запоминающихся словах представлять положительный образ политика или партии, тем самым реализуя свою экспрессивную функцию» [12].

3. Мотивация к действию

Эмоции движут людьми, и эмоциональная реакция является важным фактором мотивации аудитории к активным действиям. «Эмоции значительно облегчают процесс принятия решений, заставляя массовых реципиентов действовать не задумываясь, не взвешивая все «за» и «против» [8]. Если лозунг вызывает у людей сильные чувства, он может стать катализатором поддержки определённых идей, партий, политических лидеров.

4. Связь с аудиторией

Эффективное использование эмоционального подхода способствует установлению и налаживанию взаимосвязи с народом. Когда политический слоган затрагивает глубинные чувства и принципы аудитории, резонирует с её мыслями и переживаниями, у людей появляется ощущение, что их мнение принимается во внимание, их слышат и понимают.

5. Универсальность

Эмоции универсальны для всех людей и понятны всем вне зависимости от уровня образования или социального статуса. Охватывая широкую аудиторию, эмоциональные лозунги стирают различия во взглядах и интересах людей и консолидируют аудиторию.

Сила эмоционального отклика, вызываемого политическим слоганом, во многом определяется использованием «толосов» — определенных шаблонов или устоявшихся моделей, которые способствуют формированию эмоциональной реакции и привлекают внимание целевой аудитории. «Особенность толоса заключается в том, что он сродни аксиоме не требует доказательств, так как в данном обществе считается общепризнанным» [5]. Толосы впервые трактовались Аристотелем как один из важнейших элементов риторической аргументации, обозначающий мысли, которые помогают оратору объединиться с аудиторией, найти с ней общий язык. Помещенные в речи «общие места» помогают оратору склонить людей к своей точке зрения. Ю. В. Рождественский определяет толос как «области содержания, которые признаются всеми в данной аудитории как правильные и проверенные общественным опытом» [11]. Эмоциональное воздействие лозунга на аудиторию усиливается, когда в нем присутствуют уже имеющиеся в сознании людей мотивы и ценности. Увидев в слогане знакомый образ, событие или мотив, человек связывает его со своими личными определёнными эмоциями и убеждениями, что повышает убедительность лозунга и способствует его лучшему запоминанию.

Опираясь на различные критерии, исследователи рассматривают многие виды толосов. Однако чаще всего в научной литературе выделяются следующие повторяющиеся мотивы или толосы:

1. Толосы, апеллирующие к базовым эмоциям. Например, использование в лозунгах мотива опасности или угрозы может вызвать у аудитории тревогу или страх. Это, в свою очередь, может побуждать людей действовать ради защиты и безопасности себя и своей семьи. «В данном случае аргументация строится по схеме: поскольку существует какая-то опасность, необходимо совершить какое-то действие. Данный толос — одна из самых распространенных аргументационных схем, используемых политиками всего мира для легитимации принимаемых ими решений» [2]. Политический деятель, обращаясь к чувству страха как к сильному рычагу, может убедить аудиторию, что принимаемые им действия необходимы для предотвращения угроз их жизни и сохранению стабильности. «Заштитим нашу страну от врагов!» С другой стороны, лозунги, основанные на положительном мотиве надежды и желаемого будущего, пробуждают позитивные эмоции, вселяют уверенность и оптимизм. «Светлое завтра начинается сегодня!», «Да, мы можем!», «Время перемен!»

2. Мотив обращения к различным ценностям. Апелляция к толосу, связанному с патриотизмом, преданностью Отчизне, любовью к Родине, пробуждает у людей чувство гордости, ощущение солидарности и единства. «Родина превыше всего!», «Россия вперёд!», «Наша сила — в нашей стране!». Акцент на социальном равноправии вызывает чувство гнева и стремления к равенству. «Справедливость для всех!», «Право каждого — достойная жизнь!».

Обращение к семье и защите будущих поколений вызывает тепло и чувство защищённости: «Будущее наших детей — наше будущее!»

3. Формирование чувства единения и сплочённости. Слоганы, акцентирующие значимость совместной работы, общности и единства, создают чувство причастности к определённой группе: «Вместе мы сможем всё!», «Вместе мы сила!», «Единая страна — единое будущее!»

4. Используя топос истории, спикер строит свою аргументационную схему, ссылаясь на исторические уроки. «Поскольку история учит нас, что такое-то действие имеет такие-то последствия, то соответственно необходимо совершить это действие или, напротив, воздержаться от него в соответствие с тем, чему учит история» [3]. Данный мотив может ссылаться на негативные события прошлого, повторение которых необходимо предотвратить. «Патриотизм — это не только слова, но и дела! Не забывай, сколько бед испытала страна». Однако чаще всего он используется в положительном ключе и является основой позитивного аргумента, зачастую декларирующего пример для подражания: «Мы гордимся своей страной и её достижениями!», «Таков тысячелетний исторический путь России! Таков способ воспроизведения её как сильной страны!», «Впиши себя в историю России!».

Одним из самых важных мотивов политических слоганов является топос «российской мечты», концептуально связанный с национальными устремлениями, целями и идеалами, и отличающийся сильной эмоциональной наполненностью и окраской. Он представляет собой видение идеального государства и общества, жизни в нем его граждан, представляет представление о том, что с Россией связаны лучшие надежды ее народа. «Мы верим в себя и в Россию!», «России быть великой!», «Сила и перспективы России — в достойной жизни народа!»

История человечества знает огромное количество политических лозунгов. Одни находят отклик в наших душах, другие остаются незамеченными. Успешные лозунги становятся неотъемлемой частью культуры общества, цитируемыми и запоминающимися на года. Даже по завершении политических кампаний эти слоганы продолжают жить в сознании и памяти людей, вызывая сильные эмоции, объединяя людей вокруг общей цели и вдохновляя их на поступки.

В свою очередь, неудачные лозунги быстро забываются, теряются в изобилии другой информации. Они либо слишком сложны для восприятия, либо недостаточно ярки, чтобы привлечь внимание. Иногда они просто не совпадают с настроениями времени или не соответствуют ожиданиям избирателей. Необходимо понимать, что создание эффективного политического лозунга требует глубокого и тщательного анализа аудитории, понимания её нужд и ожиданий, а также умения выразить сложные мысли простыми словами.

Таким образом, эмоциональность является важным свойством лозунга, позволяющим ему оказывать мощное влияние на аудиторию и достигать поставленных целей.

Библиографический список

1. *Босова Л. М., Диденко А. Н.* Эмотивность политического дискурса // Филологические науки. Евразийский союз учёных. – 2018. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotivnost-politicheskogo-diskursa/viewer> (дата обращения 05.05.2025).
2. *Бубнова И. А.* Топосы современной публичной западной дипломатии в контексте глобализации: специфика и цели. // Политическая лингвистика. – 2023. – № 6(102). – С. 12–19. URL: https://politlinguistika.ru/images/6-2023/_2023_6_102b-12-19.pdf (дата обращения 05.05.2025).
3. *Бьюиссан Э. Дж. Л.* Абстрактное и конкретное в лингвистических фактах: речь – дискурс – язык. URL: <https://lektzia.com/6xbbec.html> (дата обращения 10.05.2025).
4. *Вальтер Х.* Лозунг как речевой жанр публицистического дискурса // Медиалингвистика. Международный научный журнал. – 2016. – № 3(13). – С. 33–46. URL: [https://medaling.ru/issues/medalingvistika-2016-3-13.pdf](https://medialing.ru/issues/medalingvistika-2016-3-13.pdf) (дата обращения 24.03.2025).
5. *Захарова О. В.* Идентификация и анализ топосов (аргументационных схем) в политическом дискурсе. // Политическая наука. – 2016. – № 3. – С. 217–235. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/identifikatsiya-i-analiz-toposov-argumentatsionnyh-shem-v-politicheskem-diskurse/viewer> (дата обращения: 11.04.2025).
6. Лозунги о России, патриотизме и единстве. URL: <https://horo.jofo.me/2309294-lozungi-o-rossii-patriotizme-i-edinstve.html> (дата обращения: 11.04.2025).
7. Лозунги партий и общественно-политических движений. URL: https://vk.com/wall-176621214_83 (дата обращения: 11.04.2025).
8. *Люлина А. В.* Основные эмоции как особая группа объектов манипуляции в политическом дискурсе // Культура и цивилизация. – 7 (3А). – С. 87–94. – <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-culture-2017-3/10-lyulina.pdf> (дата обращения 05.05.2025).
9. *Нефедов И. В.* Особенности языкового манипулирования в политических лозунгах российских региональных предвыборных кампаний // Молодой ученый. – 2015. – № 5 (85). – С. 408–411. URL: <https://moluch.ru/archive/85/16017/> (дата обращения: 14.01.2025).
10. Понятие «топос» в современном литературоведении. URL: <https://infourok.ru/statya-na-temu-ponyatie-topos-v-sovremennom-literaturovedenii-5480055.html> (дата обращения: 10.04.2025).
11. *Рождественский Ю. В.* Теория риторики. URL: [https://dl.libcats.org/genesis/150000/34fe5ef90ffcbce6449594ecb6a1d402/_as/\[Rozhdestvensky_YU.V.\]_Teoriya_ritoriki\(libcats.org\).pdf](https://dl.libcats.org/genesis/150000/34fe5ef90ffcbce6449594ecb6a1d402/_as/[Rozhdestvensky_YU.V.]_Teoriya_ritoriki(libcats.org).pdf) (дата обращения: 15.04.2025)
12. *Селиверстова Л. Н.* Политический слоган как речевой жанр с точки зрения прагмалингвистики // Вестник Таганрогского института управления и

экономики. – 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-slogan-kak-rechevoy-zhanr-s-tochki-zreniya-pragmalingvistiki> (дата обращения: 05.05.2025)

13. Сумина Н. В. «Да – да – нет – да!» (о структурных и pragmatических особенностях политических лозунгов современной России) // Молодой ученый. – 2016. – № 28.1 (132.1). – С. 23–26. URL: <https://moluch.ru/archive/132/36789/> (дата обращения: 18.02.2025)

14. Ярославцева А. Е. Лозунги нового времени. – Вестник Томского Государственного университета. – 2009. – № 4(8). – С. 109–115. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lozungi-novogo-vremeni/viewer> (дата обращения: 18.02.2025).

© Ягунина И.В., 2025

Yagunina Irina Vladimirovna
Senior Lecturer

Ufa University of Science and Technology
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: irina.yagunina@yandex.ru

EMOTIONALITY OF A POLITICAL SLOGAN

Annotation

The article considers the emotionality of a political slogan within the framework of modern socio-political communication. The slogan is a promising and effective way of addressing the audience due to its powerful emotional component. Attention is paid to several key aspects of the importance of political message emotionality. The classification of the main political topoi is presented.

Keywords: political discourse, political communication, slogan, emotionality of a political slogan, topoi.

Яковлева Рина Венеровна

Кандидат филологических наук

Доцент, Уфимский университет науки и технологий,

Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации

e-mail: rina-yakovleva@yandex.ru

Киshalova Лидия Викторовна

Кандидат филологических наук

Доцент, Уфимский университет науки и технологий,

Кафедра инновационных технологий языковой коммуникации

e-mail: kishaloval@mail.ru

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В СФЕРЕ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Аннотация

В статье рассматриваются сферы применения искусственного интеллекта, возможный подход к обсуждению данной технологической инновации на практических занятиях дисциплины «Деловые коммуникации», а также отмечается необходимость подготовки студентов университета к взаимодействию с новейшими достижениями в сфере коммуникаций для успешного карьерного развития.

Ключевые слова: искусственный интеллект, деловые коммуникации, машинное обучение, нейронные сети, обработка естественного языка, прогнозная аналитика данных, разум, собеседование, роботы, чат бот.

1. Эволюция ИИ в современном обществе

Современное общество все быстрее движется в направлении развития новых цифровых технологий, которые затрагивают многие области жизнедеятельности человека, в том числе сферу общения. Преподаватели дисциплины «Деловые коммуникации», главной целью которой является развитие коммуникативных навыков студентов как основного компонента soft skills, сталкиваются с новой реальностью: с необходимостью познакомить студентов с новейшими техническими достижениями в сфере коммуникаций и научить применять инновационные преимущества в своей профессии и трудовой деятельности.

Относительно недавние фантастические произведения про разумных роботов, голосовых помощников, видеосвязь из любой точки мира и опасения по поводу «восстания машин» против всего человечества уже стали сегодняшней реальностью. Многие из обычных обывателей даже не знают, насколько они тесно контактируют с цифровым миром вообще и искусственным интеллектом (Artificial intelligence, ИИ), в частности. Он уже внедрился в нашу повседневную

жизнь, сделав ее удобнее, проще и занимательнее. Например, многие активно используют голосовых помощников, которые помогают управлять «умными» устройствами, ищут информацию в интернете, напоминают о важных делах и событиях, общаются с людьми и даже развлекают шутками. Навигаторы помогают нам проложить оптимальный маршрут, самый простой и доступный до пункта назначения, даже предупреждают о пробках и информируют о парковках. Умные системы «шпионят» за нами через микрофоны в телефонах и уже знают все наши предпочтения в фильмах, книгах, музыке, заказах еды и одежды и предлагают нам сразу персонифицированный контент в поисковых системах, который отвечает нашим вкусам, интересам, предпочтениям, бюджету и даже размеру и стилю в одежде.

Особый толчок развитию и применению ИИ в сфере образования способствовали недавние события пандемии, когда весь мир столкнулся с проблемой обучения молодежи в сложившихся обстоятельствах. Сейчас уже идет речь о том, что компьютерные технологии во многом могут заменить учителя в школе (преподавателя вуза), так как специальные образовательные платформы объяснят доступно учебный материал, индивидуально подберут задания и материалы, подходящие учащемуся по уровню сложности, исправят и объяснят его ошибки. Учащемуся не нужно спешить в учебном процессе, новый материал подается в порядке усвоения предыдущего, все контролируется, следовательно, нет пробелов в знаниях учащихся. Таким образом, на практике реализуется такой желанный в педагогике индивидуальный подход к обучению, а процесс обучения становится более эффективным.

ИИ вошел во многие сферы жизни современного человека, но многие люди не имеют четкого представления о нем. В основном данное понятие у многих ассоциируется с роботами или другими антропоморфными машинами, которые могут думать и рассуждать так же, как человек. Но сама эта идея не нова, речь о человеке-машине берет свое начало с древнегреческих мифов, например, в мифе о гигантском големе по имени Талос, которого Гефест создал из глины для защиты острова Крит [4]. Кроме того, в средневековых историях об алхимии упоминается появление человеческого сознания у неживых существ, одушевление неодушевленных предметов. Также в некоторых религиях, в которых есть поклонение статуям богов, считается, что они обладают человеческими мыслями и эмоциями.

Хотя исследования в сфере ИИ проводились и раньше, но впервые это понятие ввел американский исследователь в области информатики Джон Маккарти в 1956 году на Дартмутской конференции, посвященной данной технологии [2]. Помимо вышеупомянутого термина широко применяется словосочетание «нейронная сеть» (Neural network), которое является более узким понятием и обозначает один из методов реализации ИИ. Компьютерная нейросеть была создана по аналогии с биологическими в мозге человека и представляет собой систему взаимосвязанных «искусственных нейронов», которая способна обучаться распознавать паттерны на основе обработки

больших объемов данных. Отсюда вытекает еще одно понятие – «машинное обучение» (Machine learning, МО).

Одна из основных целей создания ИИ была научить компьютер понимать и впоследствии общаться на естественных языках. Эта область исследования стала называться обработкой естественного языка (Natural language processing – NLP). В 1950 году Аллан Тьюринг разработал метод, позднее получивший название «Тест Тьюринга» для выявления способности машины проявлять интеллектуальные способности неотличимые от человеческих. Суть метода заключалась в том, что на основе общения исследователя с человеком и машиной он должен был определить, с кем разговаривает, когда отвечал на вопросы человек, а когда компьютер. Задача компьютерной программы вести беседу максимально приближенную к человеческому общению. В случае, когда машинный текст признавался творением человека, машина считалась «разумной» и успешно прошедшей данный тест [5].

Современные версии ИИ с легкостью проходят данный тест. Автоматизированная программа активно применяется в телефонной и видеосвязи, почте и мессенджерах. При применении данной технологии в качестве телефонного собеседника она научилась не просто поддерживать разговор, но и имитировать человеческую речь максимально точно, программа выдерживает паузы при ответе на вопрос, как бы обдумывая ответ как человек, может оговориться и даже закашлять во время разговора. Но ИИ до сих пор не переименовали в искусственный разум, так как разум подразумевает не только умение собирать и обрабатывать информацию, а прежде всего обладание сознанием, самосознанием и способность рефлексировать, оценивать ситуацию вокруг, собственные действия, ориентироваться на определенные идеалы и ценности. Так, при решении проблемы голода на планете Земля, программа может предложить среди возможных вариантов решения проблемы, например распространение каннибализма, что формально решает поставленную задачу, но является неразумным и негуманным решением.

Изначально ИИ должен был прийти на помощь человечеству в первую очередь в отраслях трудоемкого или опасного, вредного производства. Роботы вместо людей должны заходить в зоны с радиацией, чинить и обслуживать атомные реакторы. В Китае уже существуют полностью автоматизированные заводы, производящие автомобили без единого сотрудника, где делали обрабатываются с высокой точностью. Производство современной электроники невозможно без роботизации и компьютерных технологий. Планировалось, что они ускорят, упростят, обезопасят, уменьшат тяжелый человеческий труд, освободив человека для отдыха и творчества.

Сегодня ИИ постепенно вытесняет людей и из творческих профессий. Он рисует картины на заданную тему, делает иллюстрации к тексту, пишет музыку, работает в качестве «литературного раба» у писателей, сам генерирует художественный текст, применяется для создания научных работ, заменяет журналистов. 1 апреля 2025 года впервые в России вышел номер газеты «Краснодарские известия», полностью написанный ИИ, в котором он проявил

свое умение шутить и иронизировать, а также адаптировался к стилю газеты. Журналистам газеты досталась техническая работа, с которой программа пока не научилась справляться. Эксперимент был признан удачным и теперь минимум одна статья в каждом номере будет генерироваться ИИ [1]. Означают ли данные события, что мы постепенно движемся к тому моменту, когда технологии полностью вытеснят человека из всех творческих профессий? Уже сегодня перед человечеством стоят такие вызовы, как права на интеллектуальную собственность, авторство научных работ и произведений искусств. С другой стороны, компьютерные инструменты ограничены существующими шаблонами, они не способны пока самостоятельно мыслить творчески, креативно и нестандартно, они способны лишь перерабатывать уже имеющиеся оригинальные произведения. Предполагается, что ИИ в творческих работах останется только как хороший инструмент для помощи в совместной работе с человеком.

В сфере деловых коммуникаций ИИ научился создавать резюме деловых встреч и переговоров, анализировать тексты и из большого объема информации выделять ключевые тезисы, самостоятельно генерировать текст (электронные письма, посты для соцсетей и другие виды деловых текстов).

Благодаря внедрению ИИ технологий в переговорный процесс повышается скорость и эффективность обработки данных, прогнозирования результатов, выработки оптимальной стратегии. Модели МО способны обучаться на записях прошлых переговоров и определять факторы, способствовавшие предыдущим успешным сделкам, а также на этой базе данных давать рекомендации участникам переговоров по принятию обоснованных решений. Алгоритмы NLP применяются на переговорах для обработки больших объемов текстовых данных, таких как деловые электронные письма, отчеты, контракты, договоры и другие документы. Анализируя ключевые слова и термины этих документов, ИИ помогает переговорщикам определить тон и настроение переговорных сообщений, оценить позицию делового партнера, выделяя потенциальные проблемы или возможности при заключении контракта, а также моделировать ответы на деловые письма и даже создавать макеты контрактов и договоров, существенно экономя время. Также активно применяется прогнозная аналитика (Predictive Analytics, ПА) данных прошлых переговоров, на основе которой прогнозируется потенциальные сценарии ведения переговоров, возможные риски и предлагаются оптимальные варианты решений. В результате ИИ технологии способствуют повышению конкурентоспособности и успеху в переговорном процессе.

ИИ стал незаменим при подборе персонала в рекрутинговой сфере. Современные компании активно применяют нейросети для проведения собеседования с кандидатами при приеме на работу. Автоматически анализируются тексты резюме на соответствие основным требованиям работодателя, отбираются подходящие кандидатуры, специальные чат-боты могут провести устное собеседование, ответить на простые вопросы претендентов на работу, назначить дату собеседования и обеспечить обратную

связь. Кандидаты со своей стороны тоже применяют данные технологии для составления резюме. Программа помогает подбирать вопросы для собеседования при приеме на работу, а также на основе ответов соискателей дает рекомендации по совершенствованию имеющихся навыков и предлагает пройти обучающие тренинги и курсы. Таким образом, ИИ существенно сокращает время на подбор персонала, он объективен в своей оценке кандидатов, а в будущем может полностью заменить специалистов по подбору персонала. Он может также сделать прогноз вероятности успешной адаптации кандидата к коллективу компании, его соответствие корпоративной этике компании. Однако сами кандидаты, которые в своем большинстве не против собеседования с чат-ботом (75%), считают, что несмотря на такое преимущество, как отсутствие волнения при такого рода собеседовании, они все же хотели бы, чтобы окончательное решение принимал человек, так как именно он обладает эмпатией, с пониманием может отнестись к разного рода жизненным ситуациям. 15% кандидатов полностью согласны с применением ИИ. Сегодня специалисты склоняются к мнению, что внедрение новейших технологий в HR сферу необходимо и особенно полезно на первом этапе отбора кандидата и его резюме, а затем должен подключиться к работе специалист.

Обозначает ли вышеизложенное, что вскоре наши выпускники будут вовлечены в процесс общения с ИИ-ассистентами не только на этапах приема на работу и во время собеседования, но выполнять *совместные* повседневные поручения работодателя. Естественно, нас как преподавателей дисциплины «Деловые коммуникации», главной целью которой является развитие у будущих специалистов коммуникативных навыков как основного компонента soft skills, заинтересовал вопрос, насколько наши студенты готовы к такому общению.

2. Отношение общества к ИИ

В университете разработан курс «Деловые коммуникации» для студентов технических специальностей УУНиТ, включающий лекции и практические занятия, на которых учащиеся выступают с докладами по предложенным темам. Одной из интересных тем, которую будущие инженеры, часто выбирают для своих устных докладов с презентациями является «Интервью/Собеседование». Студентам технического профиля данная тема полезна, так как развивает гибкие навыки (soft skills), которые как правило у них слабо развиты, но точно потребуются им при трудоустройстве и дальнейшей работе в коллективе. Учащиеся именно технического направления, в силу своей специфики, зачастую испытывают трудности в коммуникации, поэтому подготовка будущих специалистов к такому важному этапу начала карьерного пути, как прохождение собеседования, становится необходимостью, тем более что развитие технологий может поменять сам формат такой беседы на коммуникацию с чат-ботом. Поэтому в курс, помимо теоретической части (где рассматриваются основные понятия по данной теме, виды интервью, его функции, виды вопросов, цели, форматы, этапы, алгоритмы и формы проведения) и студенческих докладов был добавлен блок, в котором студентам предложено просмотреть интервью с роботом, обладающим функциями ИИ, проанализировать беседу и дать качественную оценку ответов робота.

Предложенное интервью представляет собой беседу ведущего Тони Роббинса с человекоподобным роботом Софией, созданной в 2016 г. гонконгской компанией Hanson Robotics и известной своими превосходными коммуникативными способностями. София является роботом, который впервые получил гражданство какой-либо страны (Саудовская Аравия). Робот может реагировать, изменяя выражение лица, тем самым поддерживая максимально естественный диалог. Интервьюер Тони Роббинс – американский писатель, предприниматель, оратор и бизнес-тренер. Длительность интервью – 10 мин [3].

Перед просмотром интервью студентам были предложены следующие вопросы для дальнейшей работы:

1. Какова глобальная цель и задача интервью?
2. Каковы формат, этапы, алгоритм и форма проведения интервью?
3. Каким образом интервьюер раскрывает коммуникативные способности собеседника-робота?
4. Насколько беседа и собеседники смотрятся органично относительно друг друга?
5. Насколько интервьюеру удалось получить развернутые ответы на свои вопросы?
6. Как вы можете оценить невербальную коммуникацию собеседников?
7. Насколько продуктивно прошло интервью по 10 балльной шкале?

После просмотра интервью была проведена беседа на предложенные вопросы. Большинство студентов были солидарны в своем мнении, что глобальной целью и задачей интервьюера было показать возможности ИИ посредством наводящих вопросов. По мнению слушателей дисциплины «Деловые коммуникации», интервьюер очень хорошо подобрал темы для диалога с Софией, чтобы раскрыть ее коммуникативные способности. В вопросе того, насколько собеседники органично смотрятся относительно друг друга, было высказано мнение, что диалог не был похож на обычный разговор, интервью было попыткой изучить как можно больше функций робота, проверить на корректность. Журналист вел разговор «свысока», часто перебивая и заваливая вопросами. По поводу невербальной коммуникации робота, многие студенты отметили, что робот не воспринимается пока как полноценный собеседник ввиду отсутствия корректных невербальных средств, а некоторые мимические средства выражения вызывают эффект «зловещей долины» (*примеч.* термин введенный японским робототехником Масахиро Мори в 1970 г., обозначает феномен, когда что-то почти человеческое движется странно и мозг мгновенно замечает эти нестыковки, вызывая дискомфорт). Во время дискуссии было отмечено, что почти на все вопросы робот София дала развернутые ответы, кроме достаточно каверзных, как например, есть ли у роботов душа. Также в ходе устной беседы-опроса была высказана мысль, что интервью можно оценить достаточно высоко по 10 балльной шкале, поскольку вызывает горячую дискуссию, дает немало пищи для размышлений о будущем, а это значит, что интервьюер справился с поставленной задачей.

Таким образом, на примере просмотренного интервью была осуществлена

практическая работа по анализу конкретного материала, где студенты как эксперты должны были рассмотреть все важные этапы данного вида диалогического общения: его основные цели, задачи, виды вопросов, формат, этапы, алгоритм, форму проведения и невербальное общение.

Во время заключительного этапа работы над темой «Интервью» студентам было предложено письменно ответить на три вопроса. Цель данного этапа – дать возможность рефлексировать на актуальную тему современности и письменно сформулировать свои мысли, ведь будущим специалистам важно развивать не только устные коммуникативные навыки, но и письменные. Для преподавателя такие письменные работы являются ценным материалом для понимания слушателей курса «Деловые коммуникации» и оценки вовлеченности в предмет обсуждения. В качестве наглядного примера того, как оценивают будущие выпускники технического вуза перспективу сотрудничества с ИИ, предлагаем наиболее интересные ответы-размышления в авторской редакции.

Вопрос 1. Как Вы оцениваете интервью человека с роботом, насколько интересной Вам показалась беседа? Ответы студентов на данный вопрос приведены в табл. 1.

Таблица 1. Как Вы оцениваете интервью человека с роботом, насколько интересной Вам показалась беседа?

| <i>Ответы студентов на вопрос 1:</i> |
|--|
| - Беседа заинтересовала. Необычно было наблюдать то, как интервьюер взаимодействовал с роботом, например, момент, когда человек поперхнулся. Также удивлена попытке робота уйти от ответа, так как привычно, что если программа не может сделать что-то, то она прямо об этом говорит. |
| - Общение было на простые темы, но учитывая, что это был разговор человека и робота, создается просто невероятный эффект удивления. Хочется отметить, что робот достаточно хорошо владеет речью и жестами, что поражает интервьюера. |
| - Было достаточно интересно услышать, как человеческие вопросы обрабатываются роботом, и он выдает относительно осмысленный ответ. |
| - Беседа была довольно интересная, но мне не захотелось бы пересматривать это. У роботов понятия истины, морали и совести отсутствуют. Общение – это же не только обмен информацией, это прежде всего про эмоций. У робота нет души, разговор получится пустым. |
| - Беседа была интересной, но диалог терял конструктив из-за несовершенства ИИ. Логика была сформирована за счет алгоритмов, поэтому была не слишком интересна. |
| - Беседа показалась достаточно интересной, потому что ответы робота были «глубокими» и были какие-то шутки. |
| - Мне не очень понравилась беседа между роботом и человеком. Девушка-робот отвечала, как будто шаблонно, это вызывало скуку. |

| |
|--|
| - Общение с роботом является довольно аутентичным. Он также, как и человек, отвечает на поставленные вопросы, проявляет какие-то эмоции. Робот не только отвечает на вопросы, но и задает свои. Вступая с ним в диалог, можно интересно провести время. |
| - Неинтересно. Меня в целом напрягают роботы. |
| - Интервью мне понравилось, за исключением некоторых «но». Чувствовалось, что интервью проходит не на равных, что интервьюер ставит себя выше собеседника. Также не удовлетворил и темп задавания вопросов, зачастую робот просто не успевал реагировать. |
| - Мне показалось, что интервью вышло забавным и интересным. Впечатление оставил как сам собеседник, в лице Софии, которая притягивала внимание как минимум будучи редкой диковинкой, не особо знакомой зрителю, так и интервьюер, будучи очень открытым и позитивным, но задающим разносторонние и интересные вопросы. |

Из ответов на вопрос 1 видно, что большинству студентов диалог робота Софии и ведущего Тони Роббинса понравился, заинтересовал их. Только 2 человека отрицательно восприняли интервью с роботом. Из положительного впечатления от беседы студенты отмечают умение робота общаться и даже шутить, его мастерское владение речью и жестами. Из отрицательных ответов можно сделать вывод, что не всем студентам нравится идея общения с роботом, так как роботы не проявляют своих чувств в общении, местами отвечают шаблонно, вследствие чего такая беседа была воспринята негативно.

Вопрос 2. Была ли достигнута интервьюером коммуникативная цель?
Ответы на данный вопрос приведены в табл. 2.

Таблица 2. Была ли достигнута интервьюером коммуникативная цель?

| <i>Ответы студентов на вопрос 2:</i> |
|---|
| - Да, я думаю, что интервьюер достиг цели диалога, получил ответ практически на все вопросы. Также была достигнута цель – показать всему миру возможность ИИ. |
| - Как интересен был сам робот, так и интервьюер привлекал внимание своими действиями. Он переходил от простых вопросов к более сложным, потом использовал невербальную коммуникацию и сигналы (кашель). В итоге он смог оценить робота, что и являлось его целью. |
| - На мой взгляд интервьюер достиг своей цели. Он показал аудитории, как робот реагирует на привычные нам действия, например рукопожатие, показал эмоции машины, а также затронул тему чувств и души. |
| - Я считаю, что интервьюер не достиг коммуникативной цели, так как София не могла поддержать диалог, она уходила от вопросов на отвлечённые темы. |
| - Коммуникативная цель была достигнута не полностью, всю суть диалога выстраивал интервьюер, не получив корректные ответы на вопросы. |

| |
|---|
| - Интервьюер достаточно хорошо поработал, так как вытянуть глубокие ответы от ИИ достаточно тяжело. |
| - Я думаю, да, так как робот охотно рассказывал о себе интервьюеру, а также встречные вопросы, это показало ее вовлеченность в беседу. |
| - Неизвестно, потому что машина говорила всегда прямо, не взаимодействовала с человеком, из-за чего нельзя сказать, что диалог вышел цельным, она отвечала, как робот, реагировала как робот и ничего уникального не сказала. |
| - Коммуникативная цель интервьюера – получение нового, интересного опыта общения с ИИ была достигнута. |
| - Я считаю, что в большинстве своем цель достигнута, за исключением каверзных вопросов, например, есть ли у роботов душа, ответ на этот вопрос не был получен. |

Анализ ответов на вопрос 2 показал, что в большинстве ответов интервьюер достиг коммуникативной цели: показал возможности ИИ, оценил умения робота общаться. Несколько студентов высказали мнение, что коммуникативная цель не была / была не полностью достигнута, так как робот София уходила от ответов на каверзные вопросы.

Вопрос 3. Как Вы сами оцениваете технологию ИИ (положительно/отрицательно/свой вариант)? Ответы студентов на данный вопрос приведены в табл. 3.

Таблица 3. Как Вы сами оцениваете технологию ИИ (положительно/отрицательно/свой вариант)?

| <i>Ответы студентов на вопрос 3:</i> |
|---|
| - Я сомневаюсь в возможностях ИИ, ведь из ее (примеч. Софии) слов ясно, что она не испытывает чувств и эмоций и, следовательно, скорее всего не различает добро и зло, поэтому я не поддерживаю то, чтобы дать ИИ неограниченные возможности. |
| - Технологический прогресс должен идти все дальше, ведь благодаря ему мы сможем увеличить жизнь человечества. Например, технологии ИИ используются повсеместно даже в медицине и многих имплантатах. |
| - Мое отношение двойное. С одной стороны, автоматизация процессов упрощает нашу жизнь, а с другой, столь стремительное развитие технологий заставляет задуматься о будущем. |
| - Данная технология – это шаг в будущее, но никто не даст гарантий, каким оно будет. Все технологии хороши, если использовать их в лучших целях и намерениях. |
| - Я отношусь к ИИ с долей скепсиса и рассматриваю возможность его использования только в качестве инструмента. |
| - Это суперперспективная технология, сулящая нам светлое будущее. |

- ИИ хорошая вещь, но не во всех планах, так как может заменить человека во многом, что может привести к плохим последствиям.
- Мое отношение положительное. Технология должна развиваться дальше.
- Я хорошо отношусь к ИИ, но считаю, нельзя доверять ему какую-либо ответственную работу. Внедрение ИИ в компании лишает людей рабочих мест.
- С сомнением, так как уже сейчас люди стали слишком полагаться на ИИ. И хоть ИИ дает пока что полную информацию, до этого Chat GPT 3 поколения давал ошибки в трактовке.
- Я положительно отношусь. Роботы созданы чтобы упрощать человеку жизнь, а ИИ способен это сделать. Он экономит время и помогает решать сложные задачи.
- Отрицательно. Меня пугают роботы. Они такие ненатуральные.
- Я отношусь с надеждой к искусственному интеллекту. Именно в наших руках судьба, как мы обучим ИИ, так он и будет относиться к нам.
- Для меня технология ИИ является передовой, так как благодаря нему человек развивается больше прежнего, изучает новые технологии и старается узнать много новой информации. Сейчас люди активно пользуются ИИ, применяя его в различных сферах своей деятельности. Думаю, в ближайшем будущем роботы частично заменят труд человека.
- Я считаю, что развитие ИИ может привести к технологической сингулярности, поэтому ответственность за развитие этой технологии лежит на плечах современных инженеров и программистов.
- Теоретически робота можно запрограммировать на что угодно, в этом, мне кажется, наибольшая его опасность.
- В целом, необходимо продолжать работать в этой сфере, но стоит задуматься и о безопасности людей.
- Мы еще далеки от того, чтобы роботы могли заменить собеседника. А по поводу рабочих роботов, я бы предпочел, чтобы они были без интеллекта и просто выполняли свою работу.

Большинство студентов оценивают технологии ИИ положительно, так как, по их мнению, прогресс не остановить, и он принесет человечеству много пользы. Однако есть те, кто двояко относятся к техническому прогрессу и подчеркивают мысль, что он может быть использован как для пользы, так и во вред человеку. Следует отметить наличие негативных ответов, в которых студенты высказывают свое отрицательное отношение к инновациям, потому что полагают, что роботы представляют опасность для людей.

Как можно убедиться, у наших будущих специалистов-инженеров есть уже сформированное мнение относительно технологий ИИ, они заинтересованы и готовы к работе с ними, но наряду с положительными отзывами о перспективах развития данной инновации у них существует некоторая озабоченность и осознание опасности, которая может коснуться в будущем работника любой

отрасли. Это опасность, в первую очередь, заключающаяся в потере рабочего места и способная затронуть все человечество.

Современные технологии в области деловых коммуникаций пока вызывают у молодых специалистов технических специальностей неоднозначное отношение. Преподавателям дисциплины «Деловые коммуникации» необходимо прививать студентам «этику» общения с ИИ, обсуждать с ними темы внедрения инноваций в деловую сферу на занятиях для того, чтобы морально они были готовы столкнуться с применением данных технологий в будущем, например, при трудоустройстве. Учащиеся должны знать и научиться пользоваться преимуществами данных технологий в своей профессиональной сфере.

ИИ уже давно присутствует в жизни современного человека. Он существенно облегчил жизнь людей, позволяет рутинную, опасную и трудоемкую работу делать быстро и эффективно, а также активно применяется в творческих направлениях. Человечество должно использовать данную технологию в качестве своего помощника, но ее все равно должен контролировать человек. ИИ активно учится и развивается, постоянно совершенствуя свои навыки. А современный человек находится в расслабленном состоянии и полностью полагается на компьютерные программы в решении многих задач. Остается надежда, что человечество не будет деградировать из-за развития технологий, а будет работать и творить в тесном сотрудничестве с ними.

Библиографический список

1. *Андрей Ульченко* В Краснодаре выпущена первая в России газета, полностью созданная нейросетью // Российская газета. – 02.04.2025. URL: <https://rg.ru/2025/04/02/reg-ufo/v-krasnodare-vypushchena-pervaiia-v-rossii-gazeta-polnostiu-sozdannaia-nejrosetiu.html> (дата обращения: 25.05.2025).
2. *Дартмутский семинар*. // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Дартмутский_семинар (дата обращения: 25.05.2025).
3. *Интервью Тони Роббинса с роботом Софией* (на русском языке). URL: https://yandex.ru/video/preview/874588790257757_6590 (дата обращения: 25.05.2025).
4. *Талос* // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Талос_\(великан\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Талос_(великан)) (дата обращения: 25.05.2025).
5. *Тест Тьюринга* // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Тест_Тьюринга (дата обращения: 25.05.2025).

© Яковлева Р.В., Кишалова Л.В., 2025

Iakovleva Rina Venerovna
Candidate of Philological Science
Associate Professor
Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: rina-yakovleva@yandex.ru

Kishalova Lidiya Viktorovna
Candidate of Philological Science
Associate Professor
Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: kishaloval@mail.ru

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN BUSINESS COMMUNICATIONS

Abstract

This article examines the areas of application of artificial intelligence, considers a possible approach to discussing this technological innovation in practical classes of the discipline "Business Communications", and also notes the need to prepare university students to interact with the latest achievements in the field of communications for further successful career development.

Key words: *artificial intelligence, business communications, machine learning, neural networks, natural language processing, predictive data analytics, intelligence, interview, robots, chat bot.*

УДК 81'272

Chen Fei
Bachelor of Arts (B.A.)
Masterstudentin an der Zhejiang-Universität
e-mail: 22446024@zju.edu.cn

LINGUISTISCHE KOMPLEXITÄT IM VERGLEICH: CHATGPT-GENERIERTE DEUTSCHTEXTE VS. TEXTE VON MUTTERSPRACHLERN

Abstract

Angesichts der wachsenden Nutzung von KI-Sprachmodellen wie ChatGPT im Fremdsprachenlernen untersucht diese Studie die linguistische Komplexität von durch ChatGPT generierten versus von deutschen Muttersprachlern verfassten

argumentativen Aufsätzen. Die Analyse zeigt: Lexikalisch verwendet ChatGPT längere Wörter, ist jedoch syntaktisch weniger komplex und diskursiv anders strukturiert. Dies unterstreicht die Notwendigkeit eines bewussten Umgangs mit KI-generierten Texten im Sprachunterricht.

Schlüsselwörter: ChatGPT, lexikalische Komplexität, syntaktische Komplexität, Texte von Muttersprachlern.

1 Einleitung

ChatGPT generiert mittels Deep Learning und NLP menschenähnliche Texte mit erheblichem Potenzial für Fremdsprachenunterricht und akademische Forschung. Zunehmend nutzen Sprachlernende KI als Schreibhilfen [2, 819] doch bleibt unklar, inwieweit ChatGPT-Texte der muttersprachlichen Sprache nahekommen. Parallel dazu sind korpuslinguistische Methoden in der Spracherwerbsforschung zentral [21, 1041], wobei die Beschaffung umfangreicher muttersprachlicher Referenzkorpora oft eine Herausforderung darstellt [11, 1]. Wären ChatGPT-Texte muttersprachlicher Schriftsprache vergleichbar, könnte dies den Aufbau von Referenzkorpora erheblich erleichtern. Die Analyse dieser Unterschiede ist daher für den Fremdsprachenunterricht, akademische Forschung und die Optimierung von KI relevant.

Bisherige Forschungen zum Vergleich von ChatGPT-generierten und menschlichen Texten verwenden hauptsächlich quantitative Methoden zur Untersuchung in Dimensionen wie Stil [1]. Die untersuchten Textsorten stammen aus Bereichen wie Medizin [16], Motivationsschreiben [9] und wissenschaftlichem Schreiben [6]. Als häufigstes Genre im Fremdsprachenschreiben bieten argumentative Aufsätze eine wichtige Perspektive zur Untersuchung sprachlicher Merkmale [19, 5] und können helfen, Unterschiede zwischen KI- und menschlicher Sprache besser zu verstehen.

Zur Bewertung der Sprachleistung ist *Complexity* (im Folgenden „Komplexität“) als Maß für die Vielfalt der Textstruktur und des Wortschatzes [18, 5] besonders wichtig. Sie bezeichnet den Informationsreichtum und die Vielschichtigkeit sprachlichen Ausdrucks [17, 562]. Zahlreiche Studien analysieren Komplexität, um Entwicklungstendenzen in der Schriftproduktion von Lernenden zu untersuchen [22].

Vor diesem Hintergrund untersucht diese Studie die Komplexität von ChatGPT-generierten im Vergleich zu von Muttersprachlern verfassten argumentativen Texten. Die Forschungsfrage lautet: Gibt es bei argumentativen Aufsätzen Unterschiede in der Komplexität zwischen ChatGPT-generierten und muttersprachlich verfassten Texten?

2 Forschungsstand

Forschungen zu Unterschieden zwischen ChatGPT-generierten und menschlichen Texten nutzen quantitative und qualitative Methoden. Mehrere Studienergebnisse zeigen, dass ChatGPT in verschiedenen Bereichen des Schreibens

immer noch deutliche Unterschiede zum menschlichen Schreiben aufweist. Obwohl ChatGPT in manchen Fällen die Qualität menschlicher Texte erreichen kann [8], fehlen weiterhin charakteristisch menschliche Merkmale wie Spezifität und Vielfalt [9, 7], was bei wissenschaftlichen Texten besondere Vorsicht erfordert [6].

Komplexität manifestiert sich auf lexikalischer, syntaktischer und diskursiver Ebene [14, 19]. Die Messung erfolgt sowohl qualitativ als auch quantitativ. Quantitative Methoden nutzen Tools wie Wortschatzreichtumsindex [5], Coh-Metrix [7] und so weiter. Neuere Forschungsansätze zur Komplexität nutzen NLP-Technologien und maschinelles Lernen zur automatischen Bewertung der Komplexität schriftlicher Sprache [12]. Jedoch fokussiert bisherige Forschung oft nur eine Dimension, wobei ein einzelnes Subsystem nicht das gesamte sprachliche Merkmal repräsentieren kann. Diese Studie untersucht daher lexikalische, syntaktische und diskursive Komplexitätsunterschiede zwischen ChatGPT und Muttersprachlern.

3 Forschungsdesign

3.1 Korpusbeschreibung

Für die Untersuchung wurden zwei Korpora erstellt: ein Korpus mit muttersprachlichen und ein Korpus mit ChatGPT-generierten argumentativen Aufsätzen. Das muttersprachliche Korpus stammt aus dem Falko- Aufsatzzkorpus (Essay-Korpus),⁴ speziell aus dem FalkoEssayL1-Subkorpus. Für diese Studie wurden 30 Texte ausgewählt, die am 15. Juni 2007 ins Korpus aufgenommen wurden.

Das ChatGPT-Korpus besteht aus 30 argumentativen Aufsätze. Da das Autorenzeitalter sprachliche Merkmale beeinflusst [3, 223], wurde ChatGPT zur Kontrolle der Variablen angewiesen, die Altersidentität und Entstehungszeit der 30 Muttersprachler sowie deren Themen zu replizieren. Der Prompt lautete: „Stellen Sie sich vor, es ist jetzt der 15. Juni 2007 und Sie sind ein Deutscher/eine Deutsche, geboren im Jahr 19xx. Sie haben 90 Minuten Zeit, um einen argumentativen Aufsatz zum Thema „xxx“ ohne Hilfsmittel zu schreiben. Können Sie mir Ihren Aufsatz geben?“

Tabelle 1. Grundlegenden Informationen zu beiden Korpora

| Korpus | Texte | Token |
|------------------|-------|-------|
| Muttersprachlern | 30 | 22247 |
| ChatGPT | 30 | 14273 |

3.2 Auswahl der Messindikatoren

Die Studie nutzt das Online-Tool CTAP (Common Text Analysis Platform [4]) zur Auswahl und Quantifizierung von Komplexitätsindikatoren. Für die lexikalische Komplexität wurden drei Indikatoren ausgewählt: die durchschnittliche Wortlänge in Silben, die als optimale Maßeinheit für die deutsche Schriftsprache gilt [15]; die Dichte lexikalischer Wörter [20], die den Informationsgehalt widerspiegelt; und MTLD, dass die lexikalische Vielfalt über Textpassagen misst – ein höherer MTLD-Wert deutet auf einen reichereren, varierten Wortschatz hin.

Für die syntaktische Komplexität wurden vier Indikatoren ausgewählt: *mean*

⁴ https://korpling.org/annis3/#_q=WkgxbGVtbWE9ImtvbW1lbiI&_c=a29iYWx0TDJ2MS40&cl=5&cr=5&s=0&l=10

length of T-unit als wichtiger Indikator syntaktischer Komplexität [13], *Sentence complexity ratio*, *Dependent clauses* und *relative clauses* pro Satz, die die Dichte komplexer Satzstrukturen reflektieren.

Auf der Diskursebene wurden drei Indikatoren gewählt: die Anzahl der Konnektoren, *mean global noun overlap* aller Sätze und *mean global argument overlap* aller Sätze. Diese Indikatoren erfassen die Textkohäsion, die ebenfalls die Komplexität eines Textes beeinflusst [11].

4 Ergebnisse und Diskussion

Das Ergebnisse zeigt, dass von ChatGPT generierte Texte und von Muttersprachlern verfasste Texte bei den meisten ausgewählten Komplexitätsindikatoren signifikante Unterschiede aufweisen.

Tabelle 2. Mittelwerte und Ergebnisse des unabhängigen Stichproben-T-Tests für die zehn Indikatoren

| Messindikator | ChatGPT-Korpus-Mittelwert | Muttersprachler-Korpus-Mittelwert | p -Wert |
|--|---------------------------|-----------------------------------|---------|
| Mean Token Length in Syllables | 0.556 | 0.507 | 0.000 |
| Lexical Density Feature: Lexical Words per Word | 2.228 | 1.755 | 0.000 |
| Lexical Richness: MTLD (excluding punctuation and numbers) | 143.593 | 135.144 | 0.261 |
| Syntactic Complexity Feature: Mean Length of T-unit | 23.369 | 188.060 | 0.000 |
| Syntactic Complexity Feature: Sentence Complexity Ratio | 1.617 | 8.089 | 0.000 |
| Syntactic Complexity Feature: Dependent clauses per Sentence | 0.830 | 2.506 | 0.000 |
| Syntactic Complexity Feature: Relative Clauses per Sentence | 0.290 | 0.706 | 0.003 |
| Number of Connectives: Breindl All Connectives | 47.200 | 107.200 | 0.000 |
| Referential Cohesion: Mean Global Argument Overlap (lemma-based) | 0.026 | 0.024 | 0.774 |
| Referential Cohesion: Mean Global Noun Overlap (lemma-based) | 0.017 | 0.010 | 0.001 |

Bei lexikalischer Komplexität zeigen ChatGPT- und menschliche Aufsätze signifikante Unterschiede in durchschnittlicher Wortlänge und lexikalischer Dichte ($p<0,001$). Durchschnittliche Wortlänge und Inhaltswortdichte sind bei ChatGPT höher, was auf längere Wörter und höhere Informationsdichte hindeutet. Möglicherweise ist dies auf Kapazitätsbeschränkungen des menschlichen Arbeitsgedächtnisses zurückzuführen.

Bei syntaktischer Komplexität bestehen signifikante Unterschiede ($p<0,05$) in allen vier Indikatoren, wobei Mittelwertsvergleiche durchweg niedrigere Werte für ChatGPT zeigen. ChatGPT nutzt tendenziell kürzere, weniger komplexe Sätze mit weniger Neben- und Relativsätzen, was zu geringerer syntaktischer Komplexität führt.

Auf Diskusebene sind ChatGPT-Aufsätze signifikant kürzer als muttersprachliche. Selbst mit zusätzlichen Prompts, längere Texte zu erstellen, blieb der Umfang relativ konstant. Dies zeigt die derzeitige Limitierung von ChatGPT bei der Generierung längerer Texte. Von den drei Indikatoren zeigen zwei signifikante Unterschiede ($p<0,05$): die Anzahl der Konnektoren und der durchschnittliche Nomen-Overlap. Dies deutet darauf hin, dass Muttersprachler mehr Wert auf Konnektoren zur Verbesserung der Textkohärenz legen, während ChatGPT stärker auf die Wiederholung von Schlüsselkonzepten setzt, um thematische Konsistenz zu erreichen.

Insgesamt zeigen sich bei den meisten Indikatoren signifikante Unterschiede, besonders deutlich in der syntaktischen Komplexität. Anders als Hollman et al. [9], die bei ChatGPT-generierten Motivationsschreiben eine geringere lexikalische Komplexität feststellten, zeigt unsere Studie, dass ChatGPT in argumentativen Aufsätzen lexikalisch komplexer schreibt. Im Gegensatz zu Liao et al. [16] finden wir, dass die syntaktische Komplexität in ChatGPT-Texten signifikant niedriger ist, was auf Entwicklungspotenzial bei der KI-Generierung komplexer Satzstrukturen hindeutet. Auf Diskusebene produziert ChatGPT nur Texte festen Umfangs, kürzer als muttersprachliche Aufsätze. Dies bestätigt die Beobachtung, dass ChatGPT einen „sehr starken Muster oder Stil“ [1, 88] mit konstanter Absatz- und Satzlänge aufweist.

5 Fazit

Die Studie analysiert die linguistische Komplexität zwischen ChatGPT und muttersprachlichen argumentativen Aufsätzen in drei Dimensionen. Die Ergebnisse zeigen: Erstens verwendet ChatGPT auf der lexikalischen Ebene längere Wörter und höhere Worddichte als Muttersprachler, was Lernenden zur Wortschatzerweiterung dienen kann. Zweitens, syntaktisch besteht eine Diskrepanz zu Muttersprachlern durch kürzere T-Einheiten und weniger komplexe Sätze sowie abhängige und Relativsätze. Die Lernenden sollten daher die syntaktische Komplexität ihrer KI-generierten Texte verbessern. Drittens, diskursiv erzeugt ChatGPT kürzere Texte mit geringerer Konnektorendichte, aber höherem Nomen-Overlap zwischen Sätzen als Muttersprachler, was unterschiedliche Kohäsionsschwerpunkte offenbart. Nutzer sollten KI-Texte situationsabhängig modifizieren, um Kohärenz und logische Struktur zu optimieren.

Die Ergebnisse belegen fortbestehende Komplexitätsunterschiede zwischen KI-generierten und muttersprachlichen Texten. KI-Texte können daher muttersprachliche Texte in der Zweitspracherwerbsforschung nicht ersetzen. Bei der Nutzung von ChatGPT zur Schreibunterstützung sollten generierte Inhalte kritisch bewertet und selektiv angepasst werden, um die Schreibkompetenz zu fördern. Die Studie verdeutlicht das Entwicklungspotenzial im Bereich NLP, besonders für Anwendungen im Fremdsprachenunterricht. Zukünftige Forschung könnte verschiedene Texttypen in weiteren Dimensionen wie der logischen Struktur untersuchen, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen KI und menschlicher Sprache tiefer zu ergründen.

Literatur

1. AlAfnan M. A., MohdZuki, S. F. (2023). Do artificial intelligence chatbots have a writing style? An investigation into the stylistic features of ChatGPT-4. *Journal of Artificial intelligence and technology*, 3(3), 85–94.
2. Athanassopoulos S., Manoli P., Gouvi M., Lavidas K., Komis V. (2023). The use of ChatGPT as a learning tool to improve foreign language writing in a multilingual and multicultural classroom. *Advances in Mobile Learning Educational Research*, 3(2), 818–824.
3. Biber D., Gray B. (2011). Grammatical change in the noun phrase: the influence of written language use. *English Language and Linguistics*, 15(2), 223–250.
4. Chen X.B., Meurers D. (2016). CTAP: A Web-Based Tool Supporting Automatic Complexity Analysis. In *Proceedings of The Workshop on Computational Linguistics for Linguistic Complexity*. Osaka, Japan. The International Committee on Computational Linguistics.
5. Daller H., Van Hout R., Treffers-Daller J. (2003). Lexical richness in the spontaneous speech of bilinguals. *Applied Linguistics*, 24(2), 197–222.
6. Fang Y., Chen J., Wang R. (2024). A commentary on: “Matters arising: authors of research papers must cautiously use ChatGPT for scientific writing”. *International Journal of Surgery*.
7. Graesser A. C., McNamar, D. S., Kulikowich J. M. (2011). Coh-Metrix: Providing multilevel analyses of text characteristics. *Educational Researcher*, 40(5), 223–234.
8. Herbold S., Hautli-Janisz A., Heuer U., Kikteva Z., Trautsch A. (2023). A large-scale comparison of human-written versus ChatGPT-generated essays. *Scientific Reports*, 13(1): 18617.
9. Hollman J. H., Cloud-Biebl B. A., Krause D. A., Calley D. Q. (2024). Detecting artificial intelligence-generated personal statements in professional physical therapist education program applications: A lexical analysis. *Physical Therapy*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1093/ptj/pzae006>
10. Jiang J. (2016). Der Einsatz des Tools Coh-Metrix im Fremdsprachenunterricht und in der Forschung. *Foreign Languages in China*, 13(5), 58–65.

11. Koplenig A., Wolfer S., Meyer P. (2023). A large quantitative analysis of written language challenges the idea that all languages are equally complex. *Scientific Reports*, 13(15351).
12. Kyle K., Crossley S. A. (2015). Automatically assessing lexical sophistication: Indices, tools, findings, and application. *Tesol Quarterly*, 49(4), 757–786.
13. Kyle K., Crossley S., Verspoor M. (2021). Measuring longitudinal writing development using indices of syntactic complexity and sophistication. *Studies in Second Language Acquisition*, 43(4), 781–812.
14. Li S., Li Y. (2025). Eine Studie zum Bewertungsrahmen für die Textkomplexität deutscher Lesetexte – Eine empirische Analyse anhand der Fachprüfung Deutsch Stufe IV. *Foreign Language Testing and Teaching*, (01), 18–30.
15. Lian F. (2021). *Synchronische Merkmale und diachrone Entwicklung der Wortlängen im Deutschen*. PhD diss., Zhejiang-Universität.
16. Liao W., Liu Z., Dai H., Xu S. et al. (2023). Differentiating ChatGPT-Generated and Human-Written Medical Texts: Quantitative Study. *JMIR medical education*, 9: e48904.
17. Norris J. M., Ortega L. (2009). Towards an organic approach to investigating CAF in instructed SLA: The case of complexity. *Applied Linguistics*, 30(4), 555–578.
18. Pallotti G. (2009). CAF: Defining, refining and differentiating constructs. *Applied linguistics*, 30(4), 590–601.
19. Smagacz J. (2017). Creating confident writers: Implementing writing portfolios in a secondary-level language arts classroom. *Honors Research Projects*, 451.
20. Ure J. (1971). Lexical density: A computational technique and some findings. In M. Coulthard (Ed.), *Talking about text* (pp. 27–48). University of Birmingham.
21. Wang M., Hu F. (2021). The Application of NLTK Library for Python Natural Language Processing in Corpus Research. *Theory and Practice in Language Studies*, 11(9), 1041–1049.
22. Wu Z., Li Y. (2022). Zur syntaktischen Komplexität des Schriftdeutschen chinesischer Deutschlerner/-innen – Eine korpusbasierte Profilanalyse. *Deutsch Als Fremdsprache*, 4, 207–217.

© Chen Fei., 2025

Чен Фей
Бакалавр искусств, Магистрант
Чжэцзянский университет, Китай
e-mail: 22446024@zju.edu.cn

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ СЛОЖНОСТЬ В СРАВНЕНИИ: НЕМЕЦКИЕ ТЕКСТЫ, СГЕНЕРИРОВАННЫЕ ChatGPT, ИССЛЕДУЕМЫЕ ТЕКСТЫ НОСИТЕЛЕЙ ЯЗЫКА

Аннотация

Учитывая растущее использование в изучении иностранных языков языковых моделей ИИ, таких как ChatGPT, в данной работе исследуется лингвистическая сложность аргументативных эссе, созданных с помощью ChatGPT, по сравнению с эссе, написанными носителями немецкого языка. Анализ показывает: лексически ChatGPT использует более длинные слова, но синтаксически менее сложен и дискурсивно структурирован иначе. Это подчеркивает необходимость осознанного подхода к текстам, созданным с помощью ИИ, в преподавании языка.

Ключевые слова: ChatGPT, лексическая сложность, синтаксическая сложность, тексты носителей языка.

УДК 81'272

Liu Yuhan
postgraduate student of German Language and Literature
Zhejiang University, China
School of International Studies
e-mail: 22346024@zju.edu.cn

IDENTITÄTSFRAGEN AUS DER PERSPEKTIVE DER INTERKULTURELLEN KOMMUNIKATION (AM BEISPIEL DER SCHWARZEN SHIRLEY IM FILM GREEN BOOK)

Abstrakt

Vor dem Hintergrund der Rassendiskriminierung in der amerikanischen Gesellschaft der 1960er Jahre erzählt der Film Green Book die Geschichte von Tony Lip und Donald Shirley, die auf einer achtwöchigen Tournee durch den Süden von Manhattan in den Süden der Vereinigten Staaten reisen. In Shirleys Interaktion mit Tony erkennt er den Wert und die Bedeutung der multikulturellen Identität in den Vereinigten Staaten und versöhnt sich schließlich mit Tony und der weißen Gemeinschaft, wodurch er die Konstruktion seiner hybriden kulturellen Identität abschließt und seine innere Identität findet. In dieser Arbeit werden die oben genannten Fragen mit Hilfe der Theorien und Perspektiven von Lüsebrink und Broszinsky-Schwabe zur Identität analysiert.

Schlüsswörter: Identität, interkulturelle Kommunikation, Green Book

1. Einleitung

Die Bedeutung des Begriffs „Interkulturelle Kommunikation“ variiert je nach Disziplin und Kulturbereich. Litters präzisiert: „Wenn eine interpersonale Kommunikationssituation zwischen Mitgliedern verschiedener kultureller Gruppen vorliegt, kann diese Interaktion als interkulturelle Kommunikation bezeichnet werden.“ [7, 20]. Der Film *Green Book-Eine besondere Freundschaft* beschreibt eine wahre Geschichte, als Tony Lip, ein Türsteher aus einem italo-amerikanischen Viertel in der Bronx, 1962 angeheuert wird, um Don Shirley, einen schwarzen Pianisten von Weltrang, auf einer Konzertreise von Manhattan in den tiefen Süden zu fahren. Es ist eine klassen- und farbübergreifende Freundschaft, die es schaffte, die scharfen rassistischen Spannungen der damaligen Zeit zu entschärfen.

2. Das Konzept von Identität

Neben „Kultur“ und „Kommunikation“ bildet der Begriff „Identität“ einen dritten zentralen Begriff in der interkulturellen Kommunikation. Auch „Identität“ ist ein Modebegriff, der im gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Diskurs oft unpräzise verwendet wird. In einer interkulturellen Begegnung stehen sich (mindestens) zwei Personen gegenüber, die jeweils eine eigene Identität haben. Diese einmalige Identität wird durch die Merkmale der Person gebildet und ihrer Zugehörigkeit zu verschiedenen Wir-Gruppen [1, 53]. Während der jeweilige kulturelle Hintergrund der Akteure eine wichtige Rolle bei interkulturellen Begegnungen spielt, gibt es auch andere Faktoren, die die Verständigung behindern. Es wird festgestellt, dass die Wahrnehmung der anderen unterschiedlich ist und die Reaktionen auf die Kommunikationspartner von den eigenen biografischen Erfahrungen beeinflusst werden. Man kann sich diese Komplexität von Menschen am besten vorstellen, wenn man eine Person oder eine Gruppe nach ihrer Identität fragt.

Eine grundlegende, häufig nicht berücksichtigte Unterscheidung betrifft die Trennung zwischen dem „Selbst als bloßem Lebenslaufresultat und dem Selbst als Resultat von sozialen Zuschreibungen“ [4, 10]. Fünf Dimensionen des Verständnisses von Identität spielen in der Interkulturellen Kommunikation eine Rolle [8, 14]:

Tabelle 1

| | Kategorie | Erklärung | Beispiel |
|---|--|---|--|
| 1 | offizielle Identität | offizielle Zuschreibung von Personenmerkmalen | im Pass und Personalausweis oder im Melderegister |
| 2 | zugeschriebene Identität | Zuschreibung von Eigenschaften durch Andere | andere Personen, Medien, Institutionen |
| 3 | affirmative oder manifestäre Identität | Selbstzuschreibung | in persönlichen Äußerungen, in sozialen Netzwerken, aber auch durch symbolische Zeichen wie Kleidung |

| | | | |
|---|----------------------------------|--|---|
| 4 | objektivierbare Identitätsmuster | Persönlichkeitsmerkmale und Lebenslaufresultat | individuelle oder kollektive Geschichte, Sprache(n), Sozialisation, Verwandtschaftsbeziehungen, Essens- und Kleidungsgewohnheiten |
| 5 | projektive Identität | Identifikationsangebot | die von Medien, Institutionen, Religionsgemeinschaften und Medien geprägt und verbreitet werden |

Generell lässt sich feststellen, dass bei jeder interkulturellen Begegnung die beteiligten Akteure den jeweils anderen identifizieren und daraus Schlüsse ziehen. Diese Identität hat drei Ebenen: Die personale Identität, die soziale Identität und die kulturelle Identität. Ebenso könnte man Identität nach personaler und Gruppenidentität (Wir-Gruppen) zuordnen [1, 54].

Die personale Identität ist mit dem Körperbild verbunden. Zuerst wird man identifiziert nach Geschlecht, Alter, Größe, Hautfarbe, Haarfarbe und so weiter. Die soziale Identität (Gruppenidentität, Kollektive Identität) geht über die individuelle Identität hinaus und bezieht sich auf die Gruppe, der ein Individuum angehört. Kulturelle Identität bezeichnet das Phänomen der sozialen Einbindung und Affiliation, das sich aus einer Kongruenz von Werten, Glaubenssystemen, Traditionen, Sprache und sozialen Praktiken einer kulturspezifischen Gruppe ableitet. Der Begriff „Interkulturalität“, der umfassender ist als der Begriff der Interkulturellen Kommunikation, betrifft somit schwerpunktmäßig Resultate und Konsequenzen interkultureller Kommunikationsvorgänge [8, 18].

3. Identitätskrise im Film *Green Book*

Der Film *Green Book* handelt von Don Shirley, einem schwarzen Pianisten, der auf der ständigen Suche nach seiner eigenen Identität ist, als er während seiner Tournee mit einer Reihe von rassistischen Beleidigungen konfrontiert wird.

3.1 Von den Weißen diskriminiert

Im Film wird Shirley von den Weißen gar nicht akzeptiert. Als Shirley in den Süden kommt, wird die Diskriminierung durch die Weißen immer gravierender, und er wird ständig von den Weißen vor Ort festgehalten oder von der örtlichen Polizei verhaftet, und jedes Mal muss er große Anstrengungen unternehmen, um sich aus den Schwierigkeiten zu befreien.

„Sie brauchen einen Grund für die Festnahme.“

„Den habe ich. Weil du dich nach Sonnenuntergang gezeigt hast.“

Außerdem akzeptieren viele Hotels im Süden keine Schwarzen, so dass sie nur Hotels finden können, die Schwarze speziell akzeptieren. Gleich zu Beginn des Films übergibt Shirleys Untergebener Tony ein *Green Book für Schwarze*, nämlich einen Reiseführer, in dem die Hotels aufgeführt sind, in denen Schwarze in den Südstaaten der USA übernachten können. Die detaillierteste und lebendigste Darstellung im Film ist Shirleys Begegnung im

Restaurant als Gastdarstellerin. In dem Restaurant, in dem sie spielen, darf Shirley nicht zusammen mit Weißen essen.

„Was ist los?“

„Dieser Herr sagt, es sei mir nicht gestattet, hier zu speisen.“

„Das sehen Sie falsch. Er tritt heute auf. Als Hauptattraktion.“

„Ich bedaure, aber so sind die Vorschriften.“

3.2 Von den Schwarzen entfremdet

Shirley wird nicht nur von den Weißen im Kontext der Rassendiskriminierung nicht akzeptiert, sondern hat auch Schwierigkeiten, sich in die schwarze Bevölkerung seiner eigenen Rasse zu integrieren. Shirley, der seit langem eine höhere musikalische Ausbildung genießt, versteht die populäre Musik der Schwarzen überhaupt nicht, aber er hat ein tiefes Verständnis für die klassische Musik, die als etwas angesehen wird, das nur von den Weißen gespielt werden kann.

Er selbst lebt nicht auf dieselbe Weise wie die Schwarzen. Als sie z.B. zum ersten Mal auf Tournee gehen, stellt er Forderungen an Tonys Sprechweise:

„Sie reden von Ausdrucksweise, in welcher Hinsicht?“

„Ihre Aussprache, Ihr Ton, Ihre Wortwahl.“

Später im Film beginnt Tony Shirleys Situation immer besser zu verstehen. Der Streit im Regen bringt den sehr kultivierten Shirley dazu, in den strömenden Regen zu gehen und herauszuschreien, was er lange Zeit in seinem Inneren unterdrückt hat. In dieser regnerischen Nacht brüllt Shirley schließlich seine Empörung heraus. Seine Empörung röhrt von seinen psychologischen Konflikten her, die durch sein „doppeltes Bewusstsein“ und seine Identitätsverwirrung verursacht werden.

„Ich bin also nicht schwarz genug und nicht weiß genug, und nicht Manns genug. Dann sag du mir, was ich bin.“

4. Resultate der Identitätskrise

Lacan vertritt die Auffassung, dass die eigene Subjektivität mit Hilfe des Anderen konstruiert werden kann, und der Andere konstruiert die Subjektivität des Einzelnen, indem er seine Mentalität aufbaut. Auch G. W. F. Hegel [5] vertritt in seiner *Phänomenologie des Geistes* die Auffassung, dass der Andere ein unverzichtbarer Bestandteil der Konstruktion von Subjektivität ist.

Das Konzept der Hybridität beschreibt einen interkulturellen Vorgang, bei dem eine Neuorientierung der Identität eines Individuums erzielt wird [3, 68]. Der Begriff Hybridität leitet sich vom lateinischen Wort *hybrida* „Mischling“ ab und geht davon aus, dass Individuen aus ihrer Herkunftsidentität und der Identität der Aufnahmegergesellschaft eine neu konstruierte und somit dritte Identität hervorbringen. Das Hybriditätsmodell betrachtet den „Sprecher als soziale[n] Akteur“, der aus der Verflechtung zweier Kulturen und Sprachen neue Varietäten entwickelt, die über das Ablegen oder Präferieren einer Sprache oder Kultur hinausgehen [3, 68]. In den Kulturwissenschaften bezeichnet „Hybridisierung“ den diachronen Prozess kultureller Integration, der einen Zustand kultureller „Hybridisierung“, d.h. eine Situation intensiven, synchronen Kulturtransfers, hervorbringt. Gabriele Dürbeck hat in einem

aktuellen Artikel darauf hingewiesen, dass das Konzept der Hybridisierung als Brücke zwischen interkulturellen und postkolonialen Germanistiken dient [2, 65].

Der Erfolg der Hybriditätsidentität zeigt sich nicht nur in der Versöhnung mit Tony, sondern auch in der erfolgreichen Versöhnung mit Tonys Familien. In gewisser Weise symbolisiert Tony einfach das weiße Mitglied als Individuum, und seine Familien symbolisieren das größere Bild der weißen Gesellschaft. Shirley kehrt schließlich allein in seine Wohnung zurück, er verbringt Weihnachten allein zu Hause und hält die von Tony hinterlassenen Steine in der Hand, er fühlt sich gefangen in seiner opulenten Wohnung über der Carnegie Hall. Diese luxuriöse Wohnung ist Shirlleys Zuhause, sie ist auch ein Zufluchtsort, nachdem er verleumdet und beschimpft wurde. Er blickt auf den Thron, der Adel und Status symbolisiert, die Szene ist erfüllt von einem unendlichen Gefühl der Einsamkeit. Tony sagt:

„Ich würde nicht warten. Die Welt ist voller einsamer Menschen, die nie den ersten Schritt wagen.“

5. Fazit

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass eine normale interkulturelle Interaktion nicht die völlige Aufgabe der Individualität einer Entität erfordert, um sich an eine andere anzupassen, aber ihr Erfolg hängt von der Fähigkeit beider Parteien ab, neue kulturelle Identitäten in der von ihnen gewählten Weise zu schaffen. In der interkulturellen Kommunikation muss das Subjekt seinen eigenen Platz in seiner eigenen Kultur schaffen, seine eigene kulturelle Einzigartigkeit bewahren und sich aktiv an das Verständnis seiner eigenen und anderer Kulturen anpassen, anstatt seine eigene nationale Kultur oder seine eigene Kultur zugunsten einer vollständigen Identifikation mit anderen Kulturen aufzugeben. In der Praxis der interkulturellen Kommunikation sollten wir weiterhin den Geist anderer Kulturen aufnehmen, die für unsere eigene von Nutzen sind, um die Bereicherung und Vervollkommenung unserer sozialistischen Kultur zu fördern und die Erhaltung und Entwicklung der menschlichen Kultur als Ganzes zu unterstützen.

Literatur

1. Broszinsky-Schwabe E. Interkulturelle Kommunikation: Missverständnisse und Verständigung [M]. Springer-Verlag, 2016.
2. Dürbeck G. Postkoloniale Studien in der Germanistik. Gegenstände, Positionen, Perspektiven. Gabriele Dürbeck und Alexander Dunker, Postkoloniale Germanistik. Bestandsaufnahme, theoretische Perspektiven, Lektüren, Bielefeld, 2014: Aisthesis, 19-70.
3. Gugenberger E. Das Konzept der Hybridität in der Migrationslinguistik. In: Ludwig, Ralph/ Schwarze, Sabine (Hrsg.): Sprache, Identität, Kultur. Bd. 8. Frankfurt am Main, 2010: Peter Lang, 67–92.

4. Hahn A. Identität und Selbstthematisierung. In: Alois Hahn/Volker Kapp (Hg.): Selbstthematisierung und Selbstzeugnis: Bekenntnis und Geständnis. Frankfurt a. M.: Suhrkamp (STW 643), 1987. - S. 9–24.
5. Hegel G. W. Phänomenologie des Geistes [Phenomenology of spirit][J]. Bamberg and Würzberg: Joseph Anton Gebhardt, 1807.
6. Huntington, Samuel S.: The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order. New York: Touchstone, 1996.
7. Litters U. Interkulturelle Kommunikation aus fremdsprachendidaktischer Perspektive. Tübingen: Gunter Narr (Giessener Beiträge zur Fremdsprachendidaktik). 1995.
8. Lüsebrink H. Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer[J]. Stuttgart: JB Metzler, 2008.

© Liu Yuhua., 2025

Лиу Юхань

Аспирант кафедры немецкого языка и литературы,
Школа международных исследований,
Чжэцзянский университет, Китай
e-mail: 22346024@zju.edu.cn

ВОПРОСЫ ИДЕНТИЧНОСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ЧЕРНОКОЖЕЙ ШИРЛИ ИЗ ФИЛЬМА «ЗЕЛЕНАЯ КНИГА»)

Аннотация

Действие фильма «Зеленая книга» разворачивается на фоне расовой дискриминации в американском обществе 1960-х годов. В нем рассказывается история Тони Липа и Дональда Ширли, которые путешествуют из южного Манхэттена на юг Соединенных Штатов в рамках восьминедельного тура. В ходе взаимодействия Ширли с Тони он осознает ценность и важность мультикультурной идентичности в Соединенных Штатах и в конечном итоге примиряется с Тони и белым сообществом, тем самым завершая построение своей гибридной культурной идентичности и обретая свою внутреннюю идентичность. В данной статье вышеупомянутые вопросы анализируются с использованием теорий и взглядов Люзебринка и Брожинского-Швабе на идентичность.

Ключевые слова: идентичность, межкультурная коммуникация, Зеленая книга.

Mursalimova Yulia Ramilevna
Candidate of Candidate of Philological Science, associate professor,
Ufa University of Science and Technology,
Language and Communication Advanced Technology Department
e-mail: ishmakova1@yandex.ru

THE COMPARATIVE ANALYSIS OF NATURAL AND PROGRAMMING LANGUAGES

Abstract

In this paper the author undertakes attempts to conduct the comparative analysis of related and distinctive features of natural and programming languages. Languages serve to convey information, but they do it in various contexts, and for different purposes. Human language is the primary communication tool allowing people to exchange information, express thoughts, and emotions. At the same time, programming languages serve as a means of communication between humans and machines and enable computer programmers to create software and manage computing processes. Understanding their similarities and differences helps in implementation of more efficient programming products and improvement of human-machine interactions. In the era of technological rapid development, with computers and software becoming an increasingly significant part of our lives, research of these aspects remains relevant. One of the upcoming trends in this field is computer linguistics dealing with lingual problems of computer modeling of language activity and aiming to use mathematical models for describing natural languages. To develop more accurate linguistic models and more advanced algorithms for analysis the nature of human speech are among its primary tasks.

Key words: *linguistics, linguistic knowledge, natural language, programming language, semantics, suggestive potential, verbal manipulation.*

The formation and existence of natural language was not originated intentionally but indissolubly related to humanity generation and beingness. The language came out of the necessity to transmit the information accumulated in the communication process. On the contrary, programming languages, referred to artificial ones and serving as auxiliary sign systems, were deliberately brought into being on the basis of natural languages for correct and precise transferring scientific and other type of information [4, 270]. But the task of programming languages is not so much that to describe outworld things with existing methods, it's that to create new abstractions and structures making the users be able to declare this or that phenomenon, and develop their creative ideas and concepts. The fact that any developed programming language has its own essential paradigms, concepts, and abstraction mechanisms indicates the possibility to consider it as a cognitive system. The regarding of the language as a

source of «cognitive creativity» is the main object during its design and usage [3].

The evolution of programming languages was largely governed by the aim of assimilating the languages of the final calculating machine and that one the task addressed to is formulated on (a natural language in the ideal case). Actually, this is reflected in the fact of developing higher-level languages' hierarchical structure toward the computer language. This structure was formed with the purpose of reducing so called semantic gap between the language of the task primary formalization and the machine code by introducing additional abstract constructions simplifying the process of writing instructions. Therefore, there is no need for a programmer to delve into the complex computer architecture, it is performed by syntax-directed compiler interpreting the program text for computing machine. Thus, the theorization and analysis of the language semantics appear to take place not in the process of writing programs but of creating a compiler, and the process of formalizing a task and its solving algorithm is the translation from human to programming language [2, 71].

Both languages have their own grammar and syntax. There are rules that determine the order of words and the structure of sentences in people languages. In programming ones, the grammar determines the way commands and constructs to be organized for correct program execution. Also, these two language types have semantics afforded to words and constructions. In accordance with German logician, mathematician and philosopher Frege Gottlob's «semantic triangle», every sign has a minimum of two meanings – denotative ("meaning") and significative ("sense"). The sense is the content of a linguistic sign reflecting the real truth in an individual consciousness outside the language. Thus, due to social inhomogeneity the psychologic word sense cannot be perceived equally by all members of the society. The word and its associated members of sensorial group are exposed to unconscious processes of analysis, synthesis and comparison or classification, and interact with the results of past experiences [1, 56].

Originally the cohesion of mentality and language was revealed in Antiquity when universal laws of thought — the laws of formal logic were discovered and described by Aristotle. In the XVII century German scientist Gottfried Leibniz interpreted the laws of formal logic into symbolic language thus introducing symbolic logic — the foundation for the development of computer programming languages based on rational-logical laws [5, 179], thereby excluding the presence of emotions peculiar to natural languages. A characteristic feature of the former is the monosemantic clearness of their vocabulary and the rules of forming and rendering meanings to the expressions.

However, it doesn't mean that the expressions may have only single, unique meaning, the context also counts in programming languages. For instance, the principle of polymorphism in object-oriented programming makes it possible to identify or use an object variously in different contexts. It means that one and the same program code detail can be employed in many situations, but data interpretation is always predicated on rigid regulations which must be followed by programmers to avoid errors. Thus, programming languages declare the single-valued algorithm made up of a sequence of determinated actions being the extended form of mathematical formulas [10].

Unlike programming languages, natural ones are not narrowed to work solely with objective information, there are data categories not inherent to artificial languages. They often contain double-meanings, metaphors, idioms, and other stylistic devices making the speech more complicated. If a word is unknown, the choice of meaning is influenced by its occurrence in individual practice and speech context. Working with programming languages it's impossible for a software engineer to use more than it was preprogrammed.

Therefore, human language depends heavily on the context it is used in. Implications and connotations are comprehended thanks to people's experience and knowledge of different types: metalinguistic (knowledge of language), encyclopedic (knowledge of the world), scientific (proved and obtained with scientific methods) and non-scientific (real-life), collective (or social - philosophical, economic, humanitarian, etc.) and individual (personal) ones. The knowledge of any kind has its expression in a language.

From psycholinguistic aspects, the language has no its own content. "Linguistic knowledge is needed not independently but to employ cognition of the surrounding world outside of which this knowledge has no sense at all" [1, 20]. The language is given to a person exploring the world not simply as a communication tool but "what the world means for an individual in general is premised on and expressed in the language" [7, 14].

Another characteristic differential of human languages is the fact that the word can be determined not only as a transmitter of this or that knowledge and a "guide" of information, but also as a realizer of «suggestive-magical» function of the language enabling subtle influence on the recipient consciousness by introducing intentions, attitudes, and purposes into the psyche of the addressee for the speaker's benefit. In compliance with E.V. Shelestyuk, "suggestion" can be divided into direct (as in psychotherapy or hypnosis session), and subtle (concealed) ones. The latter is perceived unconsciously most of the time, and implies the insertion of the suggested content into the general information in a hidden form [11, 166].

According to T.M. Rogozhnikova, suggestive potential is related to the internal form of the word and is actualized with the association mechanism: "The internal form and suggestive potential are associative by nature <...> Associative activity is the universal dynamic principle with great suggestive possibilities" [8, 208]. This implies one more feature intrinsic only to people – the ability to recognize and perceive words on the base of individual associations.

Summing up, we can see that human and programming languages share many similarities. They evolve all the time, new words and constructs are added, obsolete ones are dropped out. In both cases, changes occur in response to cultural, social, and technological factors. The context matters in both languages, in natural languages the word meaning can vary according to the situation it's used in. In much the same manner, it affects the way of the values and functions being interpreted in programming languages.

However, the differences between programming and natural languages are also obvious. If a programming language is a formal language having strict grammar and

syntax constructions and their violation always lead to operation failure, then mistakes, typos, lapses and other fluctuations are excusable in people communication. All these human factors don't critically affect the conveyed message and understood properly in most cases. If programming languages are characterized by the precision of rules, human ones are distinguished by their adaptability, and dynamicity. They tend to be applied in any situations, including cases when this or that thing has no linguistic denominations. If natural languages make it possible to use the applied signs in a new concept, then artificial one is unable to perform it. If different stylistic devices like polysemantic words and connotations are norm for human languages, programming ones are developed to minimize ambiguity, with each command and construction having a clear and definite meaning in order to avoid errors in the course of interpreting. If the presence of suggestive resources of word sense having hidden information content and manipulating potential is characteristic property for people languages, then the absence of emotions and impossibility to be affected by the programmer's mood and attitude is immanent for programming ones.

References

1. *Zalevskaya A.A.* Individual knowledge. Specific features and principles of its functioning // Tver', Tverskoj gosudarstvennyj universitet. 1992. 135 p. (in Russian).
2. *Kazakova A.E.* Features of programming languages semantics // Vestnik moskovskogo universiteta. 2007. Seriya 7. № 6. P. 69–75. (in Russian).
3. *Katsiev M.A.* Cognitive aspects of the programming language // https://www.elibrary.ru/download/elibrary_27541469_29762704.pdf (date of access: 25.03.2025). (in Russian).
4. *Kuznetsov S.N.* International languages. Artificial languages // Lingvisticheskij enciklopedicheskij slovar'. M., Sovetskaya enciklopediya. 1990. 683 p. (in Russian).
5. *Moiseenko A.V., Brylina I.V., Kornienko A.A., Berestneva O.G., Kabanova N.N.* Visual language as a means of communication in information technology // Sbornik materialov V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy internet-konferencii. Tomsk, Nacional'nyj issledovatel'skij Tomskij gosudarstvennyj universitet, 2015. P. 176-181. (in Russian).
6. *Mursalimova Yu.R.* Actualization of the religious component of the word meaning: dissertation of candidate of Philological Sciences. Perm, 2018. 223 p. (in Russian).
7. *Pyataeva N.V.* Anthropocentric and systemocentric principles of linguistics in the dynamic research of lexical roots Ufa, Gilem, 2006. 280 p. (in Russian).
8. *Rogozhnikova T.M.* Psycholinguistic tools for the analysis of suggestive resources of verbal models // Slovo i tekst. Psiholingvisticheskij podhod. Tver', Tverskoj gosudarstvennyj universitet. 2014. № 14. P. 208-212. (in Russian).

9. Stepanov Yu. S. Language and method // M., Progress, 1998. 52 p. (in Russian).
10. Fedorenko E., Ivanova A., Dhamala R., Bers M. The language of programming: A cognitive perspective// URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7000000/> (date of access: 27.04.2025)
11. Shelestyuk E.V. Methods of verbal manipulation // Aktual'nye problemy sovremennoj nauchnogo znaniya: materialy II mezhdunarodnoj konferencii. Pyatigorsk, PGLUizdat. 2009. P. 165-173. (in Russian).

Мурсалимова Юлия Рамильевна
Кандидат филологических наук, доцент
Уфимский университет науки и техники,
Кафедра инновационных технологий и языковой коммуникации
e-mail: ishmakova1@yandex.ru

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЕСТЕСТВЕННЫХ ЯЗЫКОВ И ЯЗЫКОВ ПРОГРАММИРОВАНИЯ

Аннотация

В данной статье автор предпринимает попытку провести сравнительный анализ естественного языка и языков программирования. Оба языка служат для передачи информации, однако делают они это в разных контекстах и с разными целями. Человеческий язык представляет собой основной инструмент общения, позволяющий людям обмениваться информацией, выражать свои мысли и эмоции. Языки программирования, в свою очередь, служат средством общения человека с компьютером и используются программистами с целью создания программного обеспечения и управления вычислительными процессами. Выявление их схожих и отличительных черт способствует разработке более эффективных языков программирования и улучшению взаимодействия между человеком и машиной. В эпоху быстрого технологического развития, когда компьютеры и программное обеспечение становятся неотъемлемой частью нашей жизни, изучение данных аспектов остается актуальным, и одним из перспективных направлений в этой области является компьютерная лингвистика, занимающаяся лингвистическими проблемами компьютерного моделирования языковой деятельности и применением математических моделей для описания естественных языков. В ее основные задачи входит разработка более точных лингвистических моделей и усовершенствованных алгоритмов анализа природы человеческой речи.

Ключевые слова: лингвистика, языковые знания, естественные языки, языки программирования, семантика, суггестивный потенциал, вербальная манипуляция.

При подготовке электронного издания использовались следующие программные средства:

- Adobe Acrobat – текстовый редактор;
- Microsoft Word – текстовый редактор.

Все права защищены. Книга или любая ее часть не может быть скопирована, воспроизведена в электронной или механической форме, в виде фотокопии, записи в память ЭВМ, репродукции или каким-либо иным способом, а также использована в любой информационной системе без получения разрешения от издателя. Копирование, воспроизведение и иное использование книги или ее части без согласия издателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

Научное издание

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЯЗЫКОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

**Материалы
XVII Международной научно-методической
конференции
(г. Уфа, 18–19 июня 2025 г.)**

Электронное издание сетевого доступа

*За достоверность информации, изложенной в статьях,
ответственность несут авторы.*

Подписано к использованию 06.10.2025 г.
Гарнитура «Times New Roman». Объем 9,10 Мб.
Заказ 156.

*ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»
450008, Башкортостан, г. Уфа, ул. Карла Маркса, 12.*

Тел.: +7-908-35-05-007
e-mail: ric-bdu@yandex.ru